



Research and Development Journal Loei Rajabhat University (Online)

วารสารวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Online)



VOL 19, NO 68, April - June 2024

ปีที่ 19 ฉบับที่ 68 เมษายน - มิถุนายน 2567



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Research and Development Journal, Loei Rajabhat University

ปีที่ 19 ฉบับที่ 68 เดือนเมษายน – มิถุนายน พุทธศักราช 2567

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

ผศ.ดร.สุพรรณิ พุกษา

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Reviews)

รศ.ดร.ขวัญฤดี พรชัยวิวัฒน์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.ดลฤทัย ไกวรรณะกุล

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.เมษัธวีน พลโยธี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.วิรัช วงศ์สินันท์วัฒนา

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.ธนาภิญญา อัดตฤทธิ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ผศ.ดร.กอบสุข คงมนัส

มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

ผศ.ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ดร.นาฎยา พิลางาม

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผศ.ดร.ลินจง โพชารี

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รศ.ดร.รัตน์วัฒน์ ไชยรัตน์

มหาวิทยาลัยมหิดล

ดร.ปานแพร เชาวน์ประยูร อุดมรักษาทรัพย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผศ.ดร.รสนิน เพตะกร

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

รศ.ดร.อภิชาติ พานสุวรรณ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

รศ.ดร.พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจด์ย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ผศ.ดร.เสกสรร สนวา
ผศ.ดร.ปิยฉัตร ทองแพง
รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม
ดร.วินัย มีแสง
ผศ.ดร.ดนุ วิโรจน์อุไรเรือง
ผศ.ดร.วิกานดา เกษตรเอี่ยม
รศ.ดร.ธนิษฐ์ รัฐนพวงศภิญโญ
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์
ดร.วรรณวิสา ไพศรี
ดร.วราภรณ์ ใจน้อย

มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตเพชรบุรี
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง
ผศ.ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์
รศ.ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์
ผศ.ดร.ไพโรจน์ นवलนุ้ม
ผศ.ดร.อรทัย เลียงจินดาถาวร
รศ.ดร.เอมอร แสนภูวา
ผศ.จักรกฤษ สถาปนศิริ
รศ.ดร.วีระกิตติ์ เสาร่ม
รศ.ดร.รักชนก แสงภักดีจิต
รศ.ดร.ขวัญฤดี พรชัยทิวัตต์
ผศ.ดร.วิภาวี กฤษณะภูติ
รศ.ดร.โสวิทย์ บำรุงภักดี
รศ.ดร.สุทธิชัย หล่อตระกุล
รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม
รศ.ดร.นัยนา อรรจนาทรร
รศ.ดร.พรสวรรค์ ศิริภิญญาภรณ์
ผศ.ดร.ยิ่งศักดิ์ คชโคตร

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
มหาวิทยาลัยนเรศวร
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

บรรณาธิการ

ดร.สัจชัย เกียรติทรงชัย

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

คณะทำงาน

ดร.รุ่งกานต์ อินทวงศ์

รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายวิจัยและพัฒนา

ดร.วิเศษฐิติรี ชูสกุล

รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายบริการวิชาการ

ผศ.ดร.เนตรนภา พงเพ็ชร

รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายโครงการพระราชดำริ

ดร.ขวัญคุณิศร์ อินทรตระกูล

รักษาการหัวหน้างานวิจัยและพัฒนา

ผศ.ดร.ธัญชัช บุญหนัก

รักษาการหัวหน้างานสารสนเทศการวิจัย

นายธีรภัทร์ อนุชาติ

หัวหน้างานบริการวิชาการและทรัพยากรมนุษย์

เจ้าหน้าที่ประจำวารสาร

นางสุพัตรา จันทร์รอด

นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา

นางสาวปรัดถกร พลดาหาญ

เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

นายปริญญา จิตรโคตร

เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

นางสาวกมลศรี ราชวงษา

พนักงาน สถาบันวิจัยและพัฒนา

นางสาวจิตรานนท์ วรรณพงษ์

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. 2567

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 19 ฉบับที่ 68 จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางวิชาการ หากมีข้อบกพร่องประการใด สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ยินดีน้อมรับคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป

กองบรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

การสื่อสารของผู้นำชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยว โดย ณัฐริญา ททรัพย์บุญญากุล	1
ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวพระตำหนักคำหยาดสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ภายใต้ การมีส่วนร่วมของชุมชน โดย ธนวรรษ ดอกจันทร์ ณัฐริกรานต์ แก้วนิล และ ธัญพร ยิปษ์ภูมิพิจิตร	11
แนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต โดย ธิบดี แซ่ซัง และ ไพฑูรย์ มนต์พานทอง	19
อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว สู่การสร้าง Soft Power ของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม โดย รัชพล กิตติอมรพงศ์ ณภัทร คำแก้ว และ เมษธาวิณ พลโยธี	29
อิทธิพลของรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น โดย พุทธิศักดิ์ กำจร กมลานนท์ ขอบรักษ์ฉันทน์ พรนัชชา อบถม และ ธันย์มีกา สิบหลง	42
การจัดการสิ่งแวดล้อมและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดจากมุมมองของผู้รับบริการ (4C) กรณีศึกษา กลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร โดย รัชชานนท์ ทวีผล	52
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติกของประชาชน ในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม โดย รัชชานันท์ ศรีสุภักดิ์ และ ประภากร ศรีสว่างวงศ์	64
การวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดย จิราวดี กายาน	72
การพัฒนาระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการจองบำรุงใส่ตักนุปรณ์ออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏเลย โดย ประสิทธิ์วิชัย ชัยยันต์ และ ไหมคำ ตันติประทุม	82
ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีผลต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย โดย อรนนท์ กลั่นทบุระ และ ชนีนีนาถ สุวรรณมณี	94

การสื่อสารของผู้นำชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

Communication of Community leaders and Tourism Development

ณัฐริญา ทรัพย์บุญญากุล¹Nattiya Sappunyakun¹

Corresponding Author's Email: n.sappunyakun@gmail.com

(Received: October 25, 2023; Revised: April 19, 2024; Accepted: April 26, 2024)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารของผู้นำชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้เขียนเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้องกับผู้นำชุมชนด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่า ผู้นำชุมชนคือผู้ที่มีบทบาทในการนำพาชุมชนสู่การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลง มีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการและกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ผู้นำชุมชนจะต้องเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆ โดยเฉพาะทักษะด้านการสื่อสาร การสื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพของผู้นำชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวควรประกอบด้วย ความชัดเจน ความกระชับ ความถูกต้องเหมาะสม ความสร้างสรรค์ ความน่าเชื่อถือและความสมบูรณ์ครบถ้วน ผู้นำชุมชนต้องเน้นบทบาทการมีส่วนร่วมกับชุมชน เครือข่ายหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ด้วยกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพเสริมสร้างบรรยากาศในการสื่อสาร ควบคู่กับการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การสื่อสาร ภาวะผู้นำ ผู้นำชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยว

Abstract

This academic article aimed to present Communication of Community leaders and Tourism Development The author collected the data from the document, research works, and articles related to the Community leaders and Tourism Development. It was found Community leaders are those who play a role in leading communities towards development and change. Plays an important role in managing and setting the direction of tourism development in the community. Community leaders must be knowledgeable and capable in various fields, especially communication skills. Good and effective communication by community leaders in tourism development should include clarity, conciseness, accuracy and appropriateness. creativity Reliability and completeness Community leaders must emphasize their role in participating with communities, networks, government agencies and the private sector. With communication strategies to build relationships and enhance the communication atmosphere. Coupled with creative communication to drive community tourism development activities to be efficient.

Keywords: communication, leadership, community leaders, tourism development

ความนำ

การสื่อสารมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งสำหรับมนุษย์ เปรียบเสมือนลมหายใจและเป็นทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต มนุษย์ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดวัฒนธรรม และกระบวนการขัดเกลาทางสังคมอันทำให้สังคมเกิดขึ้นและดำรงอยู่ ซึ่ง DeVito, J. A. (2000) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการสื่อสารต่อสังคมไว้ 6 ด้าน ได้แก่ หนึ่งการสื่อสารด้านข่าวสารเป็นการรวบรวม แยกแยะและกระจายข่าว ข้อเท็จจริงและความเห็น ซึ่งเป็นการทำให้เข้าใจบุคคลอื่น ชุมชนอื่น สถานการณ์ภายในและ

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์คดีพิพาท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² Lecturer, Digital Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

ภายนอกประเทศก่อนที่จะเกิดการตัดสินใจ สองการสื่อสารด้านการอยู่ร่วมกัน เป็นการสื่อสารความรู้ ความคิดร่วมกัน สามารถสื่อสารด้านแรงผลักดัน เป็นการส่งเสริมจุดมุ่งหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาว ทั้งของส่วนตัวและสังคม ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นให้ทุกคนมีบทบาทเพื่อจุดมุ่งหมายร่วมกัน สื่อการสื่อสารด้านการอภิปราย เป็นการให้ข้อมูลด้านต่างๆ เพื่อให้ปัญหาสังคมชัดเจนขึ้น อันนำไปสู่การสร้างความตระหนักและมองเห็นปัญหาและหาแนวทางในการแก้ปัญหาหารือกัน หากการสื่อสารด้านการศึกษา เป็นการกระจายความรู้ ความเข้าใจเพื่อพัฒนาสติปัญญา สร้างลักษณะนิสัยและทักษะ ตลอดจนถ่ายทอดมรดกทางสังคม และหากการสื่อสารด้านความสามัคคี เป็นการให้โอกาสผู้คน กลุ่มชนและเชื้อชาติต่างๆ ได้แสวงหาข้อมูลจากแหล่งที่หลากหลาย เพื่อช่วยให้รู้จักและเข้าใจความคิดเห็นและความไม่ฝืนของกันและกัน ดังนั้น การสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือสำคัญของสังคม เพื่อให้บุคคลและสังคมดำรงอยู่ได้ ซึ่งในสังคมที่กำลังพัฒนาการสื่อสารถูกนำมาใช้เพื่อส่งเสริมและพัฒนาในทุกด้านซึ่งอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นเครื่องมือของการพัฒนาอย่างหนึ่ง โดยการสื่อสารทำหน้าที่ผลักดันให้สังคมพัฒนาไปตามเป้าหมายที่วางไว้ อาทิ การพัฒนาอาชีพ การพัฒนาทางการเกษตร การพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งการที่สังคมจะพัฒนาไปได้นั้น จำเป็นต้องมีการสื่อสาร ให้ความรู้เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชน เพื่อให้สามารถเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางสังคมที่กำลังพัฒนา เมื่อมีการสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันผ่านช่องทางต่างๆ ย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคลและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารในระดับชุมชนที่ต้องอาศัยผู้นำชุมชน ซึ่งมีอิทธิพลต่อการพัฒนาทุกด้านด้วยวิธีการสื่อสารในทุกรูปแบบ

ผู้นำชุมชน เปรียบเสมือนเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนทิศทางการพัฒนาของชุมชนในด้านต่างๆ และเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่สามารถชี้วัดถึงความสำเร็จหรือล้มเหลวของการพัฒนา ซึ่งทักษะการสื่อสารของผู้นำ ถือเป็นสมรรถนะหนึ่ง ที่ผู้นำชุมชนให้ความสำคัญเพื่อเพิ่มศักยภาพและพัฒนาความสามารถในการพัฒนาชุมชน ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะกิจกรรมด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน เพราะการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมในพื้นที่ของชุมชนที่จัดการ ดูแล รักษาและสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสร้างรายได้สร้างภาพลักษณ์ให้แก่ชุมชนในพื้นที่การท่องเที่ยว ด้วยเหตุผลนี้ผู้เขียนจึงมีความเห็นว่า ผู้นำชุมชนจำเป็นต้องมีศักยภาพในด้านของการสื่อสารเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งในบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำและผู้นำชุมชน แนวคิด ทฤษฎีการสื่อสารของผู้นำชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และการสื่อสารของผู้นำชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำและผู้นำชุมชน

ภาวะผู้นำ หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานของผู้นำ เพื่อให้กลุ่มประสบความสำเร็จ ซึ่งภาวะผู้นำเป็นศิลปะในการทำงานของบุคคลที่มีอิทธิพลในการจูงใจคนอื่นให้ร่วมกันปฏิบัติงานให้สำเร็จ ทั้งนี้ ผู้นำที่ดี ต้องมีความสามารถในการตัดสินใจที่ดีมีประสิทธิภาพ มีทักษะในการสื่อสารสูงสามารถสร้างและสื่อสารวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนได้ ตลอดจนสามารถชักจูงผู้ติดตามไปสู่เป้าหมายร่วมได้ ภาวะผู้นำ (Leaders) ประกอบด้วย (จกรี ศรีจากรูเมธิญาณ และ พระถนัด วฑฒโน, 2561)

L = Listening & Learning หมายถึง ผู้นำที่ดีไม่ใช่ผู้ที่ชอบสั่งการให้ผู้อื่นทำงานแทนเท่านั้น แต่ผู้นำที่ดีต้องมีทักษะในการฟัง คือ ต้องฟังอย่างตั้งใจและเข้าอกเข้าใจ

E = Ethic คุณธรรม หมายถึง ความมั่งคั่งในจิตใจ (Integrity) ช่วยส่งเสริมความก้าวหน้า

A = Ability หมายถึง ผู้นำที่ดีต้องมีความสามารถและมีบุคลิกลักษณะน่าเชื่อถือ มีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

D = Dominance หมายถึง การแสดงออกให้ผู้อื่นยอมรับและทำงานตามที่ได้รับอย่างเต็มที่ โดยไม่รู้สึกรำคาญบังคับ

E = Employee-center หมายถึง การเป็นผู้นำที่ดีต้องรู้จักเข้าใจและประสานใจระหว่างผู้ร่วมงานและ

ผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์อันดีในการทำงาน สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ซึ่งจะเอื้อไปถึงการทำงานเป็นทีมอย่างมีความสุข

R = Reinforcement หมายถึง การสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ได้บังคับบัญชา มีความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จร่วมกัน ซึ่งเป็นหนึ่งในคุณสมบัติที่สามารถสร้างทีมให้แข็งแกร่งได้

S = Stability (No bias) ความยุติธรรม หมายถึง การเป็นผู้นำที่ต้องไม่เลือกปฏิบัติ มีความโปร่งใส มีการปฏิบัติด้วยความเสมอภาค และเท่าเทียมกัน

โดยภาวะผู้นำสำหรับศตวรรษที่ 21 (วิโรจน์ สารรัตน์, 2566) ผู้นำต้องมีวิสัยทัศน์เพื่อการเปลี่ยนแปลง (Vision of Change) เป็นวิสัยทัศน์ที่มีความเรียบง่าย เป็นวิสัยทัศน์ร่วม และมุ่งไปในแนวทางเดียวกัน เน้นความมีส่วนร่วมมากกว่าการสั่งการหรือการควบคุม ทำให้ผู้คนมีความผูกพันกับพันธกิจและค่านิยมขององค์กรร่วมกัน สร้างชุมชน (Building community) เป็นชุมชนที่สะท้อนให้เห็นได้จากความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและผูกพัน การยอมรับในความหลากหลาย การสร้างสิ่งใหม่ๆ และการบริหารความขัดแย้ง สร้างเครือข่าย (Networking) การทำงานร่วมกัน (Leading together) โดยใช้การสื่อสาร (Communication) ที่เสมอต้นเสมอปลายและเป็นที่น่าเชื่อถือ

ทั้งนี้ ผู้นำในชุมชนสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท มีคุณลักษณะและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ซึ่งล้วนแล้วแต่มีบทบาทในการสร้างการพัฒนาให้เกิดขึ้นในชุมชนได้ทั้งสิ้น (วรพงษ์ ผูกู, 2562) ประกอบด้วย

- 1) ผู้นำทางการปกครอง ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ประธานชุมชน ซึ่งสถานะและเสถียรภาพ คือ มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย ตำแหน่งหน้าที่ที่มีความมั่นคงปานกลาง และเปลี่ยนแปลงได้
- 2) ผู้นำทางการเมือง ได้แก่ สมาชิกสภาท้องถิ่น ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งสถานะและเสถียรภาพ คือ มีอำนาจหน้าที่และงบประมาณตามกฎหมาย ตำแหน่งหน้าที่ความมั่นคงน้อย เปลี่ยนแปลงได้
- 3) ผู้นำทางศาสนา และผู้นำทางจิตวิญญาณ ซึ่งสถานะและเสถียรภาพ คือ มีศรัทธา มีพื้นที่ทางสังคม ตำแหน่งหน้าที่ที่มีความมั่นคงปานกลาง มีโอกาสเปลี่ยนแปลง
- 4) ผู้นำทางธรรมชาติ (หมายรวมถึงครู หมออนามัย ที่มีบทบาทในการนำพาการพัฒนาชุมชน) ซึ่งสถานะและเสถียรภาพ คือ มีศรัทธา มีเครือข่ายภายนอกที่ทำเรื่องเดียวกัน หน้าที่ความมั่นคงสูงเพราะทำด้วยใจ ยึดมั่นอุดมการณ์ เปลี่ยนแปลงยาก

หากพิจารณาจากผู้นำทั้ง 4 ประเภทแล้ว การสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชนเป็นอย่างมาก ประเภทของผู้นำชุมชน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (จักรี ศรีจารุเมธีญาณ และ พระถนัด วฑฒโน, 2561)

- 1) ผู้นำที่เป็นทางการ เช่น ข้าราชการครู ตำรวจ คณะกรรมการพัฒนาหมู่บ้าน กำนัน สารวัตร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล (ส.อบต.) ฯลฯ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ
- 2) ผู้นำที่ไม่เป็นทางการ เช่น พระภิกษุสงฆ์ ปราชญ์ชาวบ้าน (ผู้มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆ) ข้าราชการบำนาญ หรือผู้มีฐานะทางการเงินดี ผู้นำคนหนึ่งๆ สามารถจัดอยู่ได้ในหลายประเภท โดยมีลักษณะของการผสมผสานอยู่ในบุคคลคนเดียวกันก็ได้ ซึ่งสามารถจัดประเภทของผู้นำแบบไม่เป็นทางการได้ดังนี้
 - (1) ผู้นำทางความคิด เป็นผู้นำที่นำเสนอความคิดในการพัฒนา เช่น คิดที่จะพัฒนาคนแล้วพัฒนาเศรษฐกิจ การพึ่งตนเองทางการเกษตรด้วยการทำเกษตรผสมผสาน การวิเคราะห์ชุมชน และทางเลือกในการแก้ไขปัญหา วิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มคนจน และการจัดการศึกษาเพื่อชุมชนโดยมีกิจกรรมที่ทำร่วมกัน
 - (2) ผู้นำทางด้านศีลธรรม โดยมีพระภิกษุสงฆ์เป็นผู้นำเริ่มจากการเทศน์สอนกรรมฐาน การลดละอบายมุขและประยุกต์กับงานพัฒนา เป็นต้น
 - (3) ผู้นำทางด้านอาชีพ เทคนิค การปฏิบัติ
 - (4) ผู้นำด้านการพูด แบบกระตุ้นเร้าทั้งแนวคิด และการปฏิบัติ
 - (5) ผู้นำที่สามารถประยุกต์งานราชการกับเป้าหมาย เพื่อชาวบ้าน

(6) ผู้นำทางการประสานทรัพยากรภายในและภายนอกชุมชน

ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของผู้นำไม่ว่าจะเป็นแบบทางการหรือไม่เป็นทางการ คือจะต้องมีผู้ได้บังคับบัญชา มีเงื่อนไขในการปกครองต่างๆ เช่น กฎระเบียบ ข้อบังคับ การให้ทุน ให้โทษ ฯลฯ นอกจากนี้ผู้นำยังมีเรื่องของวิสัยทัศน์ ความซื่อสัตย์ การจัดความสำคัญก่อนหลัง ความสามารถในการสร้างสรรคการเปลี่ยนแปลงทางบวก ความสามารถในการแก้ปัญหา ความสามารถในการสื่อสารที่ดีและมีวินัย ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ผู้นำชุมชน สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่ ผู้นำที่เป็นทางการ หมายถึง ผู้นำที่มีหน้าที่ทางกฎหมาย ได้แก่ ผู้นำทางการปกครองและผู้นำทางการเมือง และผู้นำที่ไม่เป็นทางการ หมายถึง ผู้นำที่มีบทบาทในการพัฒนาชุมชนด้านต่างๆ ได้แก่ ผู้นำทางศาสนา และผู้นำทางจิตวิญญาณ ผู้นำทางธรรมชาติ ผู้นำทางความคิด ผู้นำทางด้านอาชีพ เทคนิค การปฏิบัติ ผู้นำด้านการพูด

และจากการสังเคราะห์ พบว่า ผู้นำที่ดีควรมีทักษะการสื่อสารที่ดีเพื่อส่งผลให้การพัฒนาในพื้นที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้นำชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพในการบริหาร 3 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ทูทางสังคม การมีเครือข่ายและภาวะผู้นำ โดยจำเป็นต้องพัฒนาสมรรถนะในด้านต่างๆ ในการบริหารและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น ทักษะการสื่อสาร ทักษะการใช้เครื่องมือสื่อสาร ความสามารถในการสร้างเครือข่ายโดยการมีเครือข่ายทางวิชาการ ระหว่างองค์กรชุมชนและระหว่างหน่วยงานสนับสนุน ภูมิภาวะทางอารมณ์ แรงขับในการพัฒนาชุมชน เป็นต้น (จิระพงศ์ เรืองกุน และ วิทยา นามเสาร์, 2563) นอกจากนี้ ผู้นำกับการขับเคลื่อนท้องถิ่นในกระแสโลกาภิวัตน์นั้นไม่ใช่เพียงแค่ผู้บริหารท้องถิ่น หากแต่ผู้นำชุมชนต้องเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับความเกื้อกูลของกลุ่มคนหรือระหว่างกลุ่มคนในการปฏิบัติภารกิจร่วมกัน ประพฤติตนเป็นแบบอย่าง สร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นความคิดและคอยดูแลเอาใจใส่ควบคู่กับการมีจิตอาสา สำนึกรักบ้านเกิด สร้างสันติวิธีและการมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาชุมชน อันเป็นกระบวนการหนุนเสริมให้ผู้นำชุมชนเป็นผู้ที่มีความตั้งใจในการพัฒนาด้วยความเต็มใจ (ธนพร บัวรอด, นิชภา โมราถบ และ อิศราพร อ่อนบุญ, 2561)

ดังนั้น ผู้นำชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดีเพื่อจะส่งเสริมและสร้างการมีส่วนร่วมให้การพัฒนารท่องเที่ยวในชุมชนได้รับการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิด ทฤษฎีการสื่อสารของผู้นำชุมชน

การสื่อสารหรือการติดต่อ (Communication) มาจากภาษาละติน ว่า “Communis” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า Common (รวมกันหรือคล้ายคลึงกัน) ดังนั้น ตามรากศัพท์การสื่อสาร หมายถึง กิจกรรมที่มุ่งสร้างร่วมกัน หรือ คล้ายคลึงกัน (Commonness) ให้เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้อง กล่าวอีกนัยหนึ่ง การสื่อสารเป็นความพยายามของมนุษย์ที่ต้องการแลกเปลี่ยน (Share) ข่าวสาร (Message) หรือความคิด (Ideas) ระหว่างกัน ทั้งนี้ การให้คำจำกัดความของการสื่อสารนั้น ยังไม่มีข้อสรุปที่ชัดเจนตรงกัน ซึ่งการให้ความหมายขึ้นอยู่กับทฤษฎีของแต่ละบุคคล ดังจะเห็นได้จากนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ ดังนี้

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายของการสื่อสารว่า “วิธีการนำถ้อยคำ ข้อความ หรือหนังสือ เป็นต้น จากบุคคลหนึ่งหรือสถานที่หนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรืออีกสถานที่หนึ่ง”

สุโขทัยธรรมมาธิราช (2548) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารและสร้างความเข้าใจระหว่างบุคคล การสื่อสารเป็นกระบวนการทางสังคมไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารระหว่างกลุ่มถือว่าเป็นกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับคนตั้งแต่สองคนขึ้นไป

Kelley and Robert (1977) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการส่งและรับสัญลักษณ์ที่ก่อให้เกิดความหมายขึ้นในใจของผู้เกี่ยวข้อง โดยบุคคลเหล่านั้นมีประสบการณ์อย่างเดียวกัน

Miller (2016) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

Rogers and Shoemaker (2016) กล่าวว่า การสื่อสาร คือกระบวนการซึ่งสารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

Harnack and Fest (1964) กล่าวว่า การสื่อสาร เป็นกระบวนการ ซึ่งคนเรามีปฏิกริยาต่อกันและกัน เพื่อความมุ่งหมายที่จะให้เกิดการผสมผสานกลมกลืนกัน ทั้งในระหว่างบุคคลและภายในตัวบุคคลผู้นั้นเอง

จากความหมายของการสื่อสาร สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร และสร้างความเข้าใจระหว่างบุคคล ระหว่างกลุ่ม การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการทางสังคมที่สำคัญ และเป็นหัวใจของการทำความเข้าใจของคนในสังคม ซึ่งจะทำความเข้าใจกันได้ต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล ถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความเห็น และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข

นอกจากนี้ แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ 7C's (The 7 C's of Effective Communication) ประกอบด้วย (สุทธิชัย ปัญญโรจน์, 2555)

1) ชัดเจน (Clear) หมายถึง การสื่อสารไม่ว่าจะด้วยการพูด การเขียน จะต้องเป็นการสื่อสารที่มีความชัดเจน เรียบง่าย เมื่อสื่อสารออกไปแล้ว ผู้รับสารต้องมีความเข้าใจที่ชัดเจนเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร

2) มีความกระชับ (Concise) หมายถึง การสื่อสารที่ดีไม่จำเป็นจะต้องเขียนหรือพูดยาวๆ หรือต้องปริมาณมากๆ แต่การสื่อสารที่ดี ไม่ว่าการพูดหรือการเขียน ควรพูดหรือเขียนให้มีความสั้น กระชับ

3) มีความถูกต้อง (Correct) หมายถึง เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารควรพิจารณา และตรวจสอบก่อนที่จะส่งสารออกไปว่าสารที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อสารออกไป เป็นข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้องชัดเจนหรือไม่ หากไม่ถูกต้องควรแก้ไขให้ถูกต้องก่อนที่จะส่งสารออกไป

4) มีความสุภาพ พอดีพอสมควร (Courteous) หมายถึง สารที่ส่งออกไปควรเป็นไปด้วยความสุภาพ พอดีพอสมควร ไม่มากเกินไปหรือน้อยเกินไป ทั้งนี้ การสื่อสารเป็นทั้งศาสตร์ คือ เรียนรู้ได้ และเป็นทั้งศิลป์ กล่าวคือ ประยุกต์ใช้ได้ ผู้ส่งจึงต้องรู้จักการวิเคราะห์สถานการณ์และต้องรู้จักวิเคราะห์ผู้รับสาร

5) สื่อให้มีความสร้างสรรค์ (Concrete) หมายถึง การสื่อสารที่ดีควรสื่อไปในลักษณะการสร้างสรรค์มากกว่าการทำลายกัน เพราะการสื่อสารในด้านบวกมักจะทำให้ผู้รับสารชื่นชอบมากกว่าการส่งข่าวสารออกไปในด้านลบ

6) พิจารณา (Consider) หมายถึง พิจารณาว่าการสื่อสารนั้นสามารถเป็นที่เชื่อถือสำหรับผู้รับสารหรือทำให้ผู้รับสารคลายตามด้วยหรือไม่ เพราะการสื่อสารหากต้องการได้รับความร่วมมือจากผู้รับสาร สารที่ส่งออกไปและผู้ส่งจะต้องทำให้ผู้รับสารเชื่อถือและยอมรับเสียก่อน

7) มีความสมบูรณ์ครบถ้วน (Complete) หมายถึง การสื่อสารที่ดี สารที่ส่งควรมีความครบถ้วนสมบูรณ์เสียก่อนที่จะส่งออกไปยังผู้รับสาร ดังนั้น ผู้ส่งสารควรต้องมีการตรวจสอบเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากที่สุด

จากการศึกษาทฤษฎี 7C's ของการสื่อสารที่มีประสิทธิผล สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิผล ควรประกอบด้วยองค์ประกอบหลายส่วนด้วยกัน ทั้งความชัดเจน ความกระชับ ความถูกต้องเหมาะสม ความสร้างสรรค์ ความน่าเชื่อถือและความสมบูรณ์ครบถ้วน ผู้นำชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีองค์ประกอบของการสื่อสารที่ครบถ้วน ได้แก่ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร และช่องทางการส่งสาร โดยผู้นำชุมชนควรเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ที่สามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ (ยุภา นารินทร์, 2563) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) ผู้ส่งสาร (Sender) ผู้นำชุมชนใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลภายในองค์กรด้วยการประชุมหรือการแจ้งไปยังผู้ต้องรับผิดชอบโครงการต่างๆ การติดป้ายประชาสัมพันธ์ ส่วนการสื่อสารภายนอกองค์กรเป็นการลงพื้นที่ไปพบปะกับชาวบ้าน ซึ่งเป็นการสื่อสารกันแบบเผชิญหน้า

2) สาร (Message) ผู้นำชุมชนสื่อสารสารหรือเนื้อหาข่าวสารที่ส่งออกไปไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารไปยังชาวบ้านหรือผู้ใต้บังคับบัญชาต้องให้มีความชัดเจน น่าเชื่อถือ และเที่ยงตรง อีกทั้งเนื้อหานั้นเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นด้วย

3) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ผู้นำชุมชนเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับการสื่อสารภายในและภายนอก อาทิ การเผยแพร่ข้อมูลผ่าน Website การส่งข้อมูลผ่าน E-mail เป็นต้น สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการพิจารณาช่องทางการสื่อสาร คือ งบประมาณ เพราะการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เข้าใจง่าย เข้าถึงได้ง่าย อาจไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณสูง ดังนั้น ผู้นำควรมีความเข้าใจในคุณลักษณะของประชาชนในท้องถิ่นและข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อสารไปยังชุมชนท้องถิ่นนั้น เพื่อที่จะทำให้ข้อมูลข่าวสารสามารถเข้าถึงความต้องการของประชาชนได้ทุกระดับ

4) ผู้รับสาร (Receiver) เป็นการรับฟังความคิดเห็นทั้งผู้ได้บังคับบัญชาและชาวบ้าน เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการทำงานโดยผู้นำท้องถิ่นจะต้องฟังแบบเปิดใจรับฟังปัญหาและสร้างการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในทุกระดับเพื่อให้ผู้นำท้องถิ่นสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาในชุมชนท้องถิ่นได้อย่างถูกต้อง

นอกจากการเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมแล้ว การสื่อสารของผู้นำชุมชน มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

1) การปฏิสัมพันธ์เชิงบวก การแสดงพฤติกรรมสื่อสารที่เหมาะสมและสร้างสรรค์ การสบตา การใส่ใจการสื่อสารให้เกียรติ ซินชม รักษาความลับ จะทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์เชิงบวกต่อกันส่งผลให้เกิดบรรยากาศการสื่อสารที่ดี

2) การตระหนักถึงเป้าหมายการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และทีมงาน ทำให้เกิดบรรยากาศการสื่อสารที่ดี

3) ความไว้วางใจ ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการอยู่ร่วมกันและการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ คือ ความไว้วางใจ เพราะความไว้วางใจเป็นการรับรู้และเชื่อมั่นของบุคคลที่มีต่อบุคคลและองค์การว่าเป็นพวกเดียวกัน

4) การมีส่วนร่วมในการสื่อสารและการปฏิบัติกิจกรรม การสื่อสารแบบตั้งแต่สองทางขึ้นไปและการสื่อสารด้วยเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทางจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร

5) การสนับสนุนซึ่งกันและกัน การเรียนรู้ที่จะปรับตัวและอยู่ร่วมกันเป็นปัจจัยสำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

6) การเปิดกว้างทั้งการพูดและการฟัง การสื่อสารลักษณะจากบนลงล่าง แบบล่างขึ้นบน หรือแนวระนาบ ผู้ส่งสารหรือผู้นำต้องให้ข้อมูลที่จำเป็นและมีประโยชน์ต่อคู่สื่อสารอย่างจริงใจ

7) คุณภาพของบรรยากาศ บรรยากาศการสื่อสารที่มีคุณภาพต้องส่งเสริมความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับองค์การ ส่งเสริมความพึงพอใจต่อการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และเกิดความผูกพันต่อกัน

8) หลีกเลี่ยงลักษณะพฤติกรรมที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างบรรยากาศการสื่อสารที่ดี พฤติกรรมที่ควรหลีกเลี่ยง ได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็นเรื่องผู้อื่น การแสดงอำนาจออกคำสั่ง การวางตนเหนือผู้อื่น การชอบวิจารณ์ผู้อื่น การเรียกร้องความสนใจ

จะเห็นได้ว่าการสื่อสารของผู้นำชุมชนมีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาชุมชน ผู้นำที่มีทักษะการสื่อสารที่ดีจะช่วยส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนให้มีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง ดำเนินให้พื้นที่การท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวให้พร้อมและมีประสิทธิภาพต่อการรองรับนักท่องเที่ยว โดยชุมชนหรือผู้นำผู้นำมีกระบวนการปกป้องรักษาและจัดการทรัพยากรที่สามารถคงความเป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชนได้ในระยะยาว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากรทั้งหมดในลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคมและสุนทรียภาพในขณะเดียวกันก็สามารถรักษาความสมบูรณ์และระบบสนับสนุนชีวิต (บุญศิลป์ จิตตะประพันธ์, ชลตรงค์ ทองสง, อำนาจ รักษาพล, และ เบญจมาศ ณ ทองแก้ว, 2556) ซึ่งแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) สรุปได้ 3 มิติ ดังนี้

1) มิติด้านการสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้องมีแนวคิดที่จะให้ความรู้ ความเข้าใจ และสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่ายในการปกป้องรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเป็นอันดับแรก เพื่อให้คงไว้ซึ่งความสวยงามและคุณค่าทรัพยากรท่องเที่ยว

ซึ่งวิธีการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ เช่น การเน้นวิธีการจัดทำ โปรแกรมสื่อความหมาย ธรรมชาติหรือวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว การจัดให้มีนิทรรศการ/แผ่นป้ายบรรยายตามบริเวณหรือจุดท่องเที่ยวต่างๆ การจัดให้มี เส้นทางเดินเท้าหรือเส้นทางเดินป่า ที่ให้ประสบการณ์ในการเรียนรู้ธรรมชาติหรือวัฒนธรรมแก่ผู้มาเยือนรวมถึงการฝึกอบรม มัคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถชี้แนะและอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ นักท่องเที่ยวพบเห็น เป็นต้น

2) มิติด้านการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมีแนวคิดให้กับ นักท่องเที่ยวที่มีความปรารถนาหรือสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการ จัดให้มีการสื่อความหมายธรรมชาติหรือวัฒนธรรมเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการเพิ่มพูน ความรู้ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจกลับไป เป็นต้น

3) มิติด้านการสร้างควมมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมี แนวคิดในการมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่น ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรง และทางอ้อม เช่น การลงทุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดเล็ก การเป็นมัคคุเทศก์ การนำสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านมาขาย การจ้างงานในธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น

ทั้งนี้ แนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องมีแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็น พื้นที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับหนึ่ง (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) ซึ่งในการพัฒนาต้องดำเนินการ ดังนี้

1) สร้างบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคีทุกภาคส่วน โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นภาคีหลักในการดำเนินงาน ในระดับพื้นที่ มีภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง โดยภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง และ สถาบันการศึกษาในพื้นที่เป็นภาคีหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างองค์ความรู้หรือเป็นคลังสมองในการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนเนื่องจากมีบุคลากรที่มีความรู้จะเป็นตัวเชื่อมระหว่างหน่วยงานต่างๆ กับภาคประชาชนโดยการแปลงแนวคิดสู่การ ปฏิบัติ การต่อยอดและขยายแนวคิดสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงการจัดทำหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว เป็น ต้น รวมถึง หน่วยงานราชการในพื้นที่ทั้งภายในและภายนอกชุมชนจะเป็นหน่วยสนับสนุนทางด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องตามความ ต้องการของท้องถิ่นซึ่งในส่วนของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะมีหน่วยงานทั้งในระดับภาคและระดับจังหวัดกระจาย อยู่ทั่วประเทศ ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งมีสำนักงานทั่วประเทศ โดยแบ่ง ความรับผิดชอบกันไปในแต่ละพื้นที่เพื่อสนับสนุนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่

2) การขับเคลื่อนผ่านกระบวนการเรียนรู้การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมพหุภาคีในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ผ่าน กลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน โดยการเรียนรู้ร่วมกันของพหุภาคี ตั้งแต่เจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง จังหวัด องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น ชุมชนและภาคเอกชน โดยสร้างความเข้าใจร่วมกันในแนวทางการดำเนินงานทุกขั้นตอนและมีกระบวนการสรุปและ ถอดบทเรียนเป็นระบบของการดำเนินงาน ซึ่งจะส่งผลให้มีการปรับปรุงเทคนิคการทำงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพทำให้ การขับเคลื่อนงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เสริมสร้างการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ยั่งยืนเป็นเอกภาพ

3) พัฒนาเครื่องมือชี้วัดที่เป็นมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ เพื่อเสริมสร้างกลไกและกระบวนการขับเคลื่อนรวมทั้ง ขยายแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

4) ส่งเสริมให้เกิดเครือข่าย เพื่อสร้างกลไกการขับเคลื่อนการทำงานอย่างมีพลังและมีศักยภาพในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนอย่างเป็นระบบก่อให้เกิดการพึ่งพาช่วยเหลือกันซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการทำงานในระยะยาวต่อไป

ในการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวมีหลายฝ่ายเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง อาทิ ชุมชน ผู้นำชุมชน ส่วนราชการทั้งภาครัฐและ เอกชน เป็นต้น โดยเฉพาะชุมชนและผู้นำชุมชนซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่และเห็นการเปลี่ยนแปลงและการเคลื่อนไหวต่างๆ อีกทั้งยังเป็น

ผู้รับประโยชน์หรือส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้นชุมชนและผู้นำชุมชนจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยว

การสื่อสารของผู้นำชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า หนึ่งในองค์ประกอบของภาวะผู้นำชุมชนที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ความสามารถในการติดต่อสื่อสารของผู้นำชุมชน เพราะการพัฒนาชุมชนจำเป็นต้องใช้ทักษะด้านการสื่อสารเพื่อการประสานงาน ซึ่งหมายถึงต้องสามารถพูดให้ชาวบ้านเข้าใจ มีการประชาสัมพันธ์ให้คนในหมู่บ้านผ่านเสียงตามสาย และผู้นำชุมชนต้องประพฤติปฏิบัติตัวให้เป็นแบบอย่างที่ดี เป็นนักพัฒนา ยึดหลักการมีส่วนร่วม มีทักษะในการจูงใจ มีทักษะในการวางแผน มีความสามารถในการสร้างเครือข่าย การสร้างการเรียนรู้แก่ชุมชน มีความสามารถในการประสานงาน นอกจากนี้ องค์ประกอบของผู้นำชุมชน ต้องมีความเอื้ออาทร โอบอ้อมอารี ยึดหลักธรรมาภิบาล ต้องเสียสละ ดูแลลูกบ้านทุกคน รับฟังปัญหา ยึดหลักความรับผิดชอบต่อชุมชน มีความรับผิดชอบต่อภารกิจรวมถึงการประสานงานกับผู้บังคับบัญชา (วรวิริ มุลลิน, 2561)

ประกอบกับจากประสบการณ์ของผู้เขียนในการทำวิจัยกับชุมชนด้านการสื่อสารของผู้นำชุมชนด้านการท่องเที่ยว พบว่า การสื่อสารของผู้นำชุมชนในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ 1) การสื่อสารระดับจังหวัด ซึ่งเป็นการสื่อสารผ่านการประชุม โดยส่วนมากเป็นข้อมูลทางหนังสือราชการหรือเอกสารการประชุมถ่ายทอดไปยังระดับอำเภอและตำบลตามลำดับ และ 2) การสื่อสารระดับท้องถิ่น โดยรับข้อมูลการท่องเที่ยวระดับจังหวัดมาสื่อสารต่อไปยังกลุ่มผู้นำชุมชนและชุมชนด้านกระบวนการสื่อสารของผู้นำชุมชน พบว่า ผู้นำชุมชนมีกระบวนการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายด้วยการใช้กลยุทธ์การสื่อสารในรูปแบบการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยวระดับจังหวัดมาถ่ายทอด เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามและการมีส่วนร่วมในชุมชน กลยุทธ์ด้านภาษาท้องถิ่น โดยผู้นำชุมชนใช้ภาษาท้องถิ่นสื่อสารในชุมชน กลยุทธ์ด้านเครื่องมือสื่อสารหรือกิจกรรมการสื่อสาร เช่น การใช้หอกระจายข่าว เสียงตามสายเป็นสื่อหลักในการติดต่อสื่อสารกับชุมชน ทั้งนี้รูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้นำชุมชนกับสมาชิกภายในชุมชน รูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้นำชุมชนกับหน่วยงานภายนอกนั้น เป็นการสื่อสารทั้งในลักษณะการสื่อสารไม่เป็นการและเป็นการ โดยมีการสื่อสารแบบทางเดียวในรูปแบบเอกสารทางราชการและใช้การสื่อสารแบบสองทางโดยการพูดคุย ประชุม การติดต่อทางโทรศัพท์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนอาศัย การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ (Constructive communication) กล่าวคือ การสื่อสารอย่างสร้างสรรค์เป็นการสื่อสารทางบวกที่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ มีการแบ่งปันข้อมูลที่ชัดเจนและมีรายละเอียดมากพอที่จะสร้างความเข้าใจ เศรษฐกิจ รวมถึงสนับสนุนทุกเจตคติและความคิดที่แตกต่าง มีเป้าหมายที่จะได้รับประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย การสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ยังเปิดพื้นที่ให้ผู้อื่นได้แบ่งปันเรื่องราวของตนเองและเกิดการรับฟัง ทำให้เกิดการเข้าใจกันมากขึ้นในการทำงานร่วมกัน ทั้งนี้ การสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ยังหมายถึงความรวมถึง การสื่อสารโดยใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสม การสื่อสารโดยคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคม เป็นการสื่อสารที่รับฟังผู้โดยไม่ตัดสิน ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจผู้อื่น ขจัดหรือลดความขัดแย้งต่างๆ เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงและแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นธรรม เป็นการคัดกรองข้อมูลข่าวสารอย่างเหมาะสมก่อนเชื่อหรือนำเสนอและเป็นการนำเสนอข่าวสารโดยมีเจตนาเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีหรือเป็นข่าวสารเชิงบวก (Connors, 2013; Reese-Weber, 2015; จุฑารัตน์ บันดาลสิน, ปาลิดา สายรัตน์ของ พัฒนพิชัย, วิภาวรรณ นาศรีเจริญกุล, สุปราณี ภูระหงษ์, และ ชัยวิช ตนตรง, 2561; นุชริน ทองพูล, วิไลลักษณ์ ลังกา, และ วิชชุดา กิจธรรม, 2561; ปภาดา ชาติสกุลปัญญา และ สุพัทธ แสนแจ่มใส, 2562)

นอกจากนี้การสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพเป็นอีกหนึ่งประเภทของการสื่อสารที่มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของผู้นำชุมชนควบคู่กับการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งลักษณะของการสื่อสารเพื่อสัมพันธภาพ ประกอบด้วย 1) การสื่อสารแบบกัลยาณมิตร เป็นกระบวนการสื่อสารที่ทำให้คู่สื่อสารรับรู้และรู้สึกว่าคุณค่าและเห็นคุณค่าของคู่สื่อสาร ซึ่งเป็นการให้เกียรติ ใส่ใจในการสื่อสาร เข้าใจถึงความต้องการของคู่สื่อสาร 2) การสื่อสารแบบสนับสนุน

เป็นการสื่อสารที่ผู้สื่อสารใช้กระบวนการสื่อสารที่ทำให้ผู้สื่อสารรับรู้และรู้สึกว่าได้รับการดูแล มีผู้ให้การดูแลใส่ใจในลักษณะที่ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นจะมีบุคคลนั้นอยู่เคียงข้างตนเสมอ 3) การสื่อสารแบบไม่เผด็จการ เป็นการสื่อสารที่ผู้สื่อสารใช้กระบวนการสื่อสารที่ทำให้ผู้สื่อสารรับรู้และรู้สึกว่ามีส่วนร่วมทางความคิดและเสรีภาพในการปฏิบัติ 4) การสื่อสารแบบไว้วางใจ เป็นการสื่อสารที่ผู้สื่อสารใช้กระบวนการสื่อสารที่ทำให้ผู้สื่อสารรับรู้และเชื่อว่าตนมีความปรารถนาดีและจริงใจในการสื่อสาร โดยพฤติกรรมดังกล่าวมักแสดงออก ดังนี้ การสื่อสารในลักษณะคงเส้นคงวา การสื่อสารที่ไม่เล่นเกมทางจิตวิทยา การแสดงพฤติกรรมสื่อสารชัดเจน ตรงไปตรงมา และการเปิดเผยข้อมูลให้ผู้สื่อสารทราบ 5) การสื่อสารแบบคำนึงถึงผลประโยชน์ที่เกิดแก่ส่วนรวม คือ การที่ผู้สื่อสารใช้กระบวนการสื่อสารที่ทำให้ผู้สื่อสารรับรู้และรู้สึกว่าผู้สื่อสารมุ่งประโยชน์และเห็นประโยชน์ของส่วนรวม ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนและเอาเปรียบผู้อื่น

การสื่อสารของผู้นำชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นการสื่อสารในลักษณะจิตวิทยาการ ประกอบด้วย การรับรู้เรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ การตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความร่วมมือ ความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้น สื่อสารเพื่อสัมพันธภาพและการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์จึงมีลักษณะที่สำคัญในการเข้ามามีส่วนช่วยการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนโดยผู้นำชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทสรุป

ผู้นำชุมชน คือ ผู้ที่มีบทบาทในการนำพาชุมชนสู่การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลง มีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการและกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน โดยผู้นำชุมชนนั้นจะต้องเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนให้ประสบความสำเร็จและการสร้างการมีส่วนร่วม อาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ทั้งนี้การสื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพของผู้นำชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดทฤษฎี 7C's (The 7 C's of Effective Communication) ของการสื่อสารที่มีประสิทธิผลที่จะช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ควรประกอบด้วย ความชัดเจน ความกระชับ ความถูกต้องเหมาะสม ความสร้างสรรค์ ความน่าเชื่อถือและความสมบูรณ์ครบถ้วน เน้นสร้างบทบาทการมีส่วนร่วมกับชุมชน เครือข่ายภาครัฐและภาคเอกชนขับเคลื่อนผ่านกระบวนการเรียนรู้

นอกจากนี้ผู้นำชุมชนควรใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพ อาทิ การสื่อสารแบบกัลยาณมิตร การสื่อสารแบบสนับสนุน การสื่อสารแบบไม่เผด็จการ การสื่อสารแบบไว้วางใจ และการสื่อสารแบบคำนึงถึงผลประโยชน์ที่เกิดแก่ส่วนรวม ควบคู่กับการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งการสื่อสารไม่ได้เป็นเพียงแค่การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเท่านั้น หากแต่การสื่อสารของผู้นำชุมชนเป็นปัจจัยของความสำเร็จของการทำงานเป็นทีมและการพัฒนาความสำเร็จของชุมชน โดยบรรยากาศการสื่อสารสามารถส่งเสริมหรือลดทอนคุณภาพของความสัมพันธระหว่างบุคคลและความคิด ความรู้สึกต่อการสื่อสารและการปฏิบัติงานของคนในชุมชนได้ ดังนั้น การมีทักษะด้านการสื่อสารและรูปแบบการสื่อสารที่ดีของผู้นำชุมชนจะมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนและการพัฒนาชุมชนในด้านอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กระบวน ทศน์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวยุคใหม่.

สืบค้นจาก <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/>.

จักรี ศรีจารุเมธีญาณ และ พระถนัด วฑฒโน. (2561). ภาวะผู้นำกับการพัฒนาชุมชน. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 6(1), 527-538.

จิระพงศ์ เรืองกุน และ วิทยา นามเสาร์. (2563). สมรรถนะผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย. *วารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 16(2), 43.

- จุฑารัตน์ บันดาลสิน, ปาลิดา สายรัตน์ทอง พัฒนพิชัย, วิภาวรรณ นาศรีเจริญกุล, สุปราณี ภูระหงษ์, และ ชัยรัช ตนตรง. (2561). หลักสูตรเสริมสร้างความสามารถสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ในสื่อสังคมออนไลน์สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี. *วารสารวิจัยและพัฒนาหลักสูตร*, 8(1), 160-175.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนฐานเศรษฐกิจพอเพียง*. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.
- ธนพร บัวรอด, นิชภา โมราถบ และอิสสรพร อ่อนบุญ. (2561). ผู้นำกับการขับเคลื่อนท้องถิ่นในกระแสโลกาภิวัตน์. *สัปดาห์วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.)*, 24, (ฉบับพิเศษ), 17.
- นุชริน ทองพูล, วิไลลักษณ์ ลังกา, และวิชุดา กิจธรรม. (2561). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดการรู้ทันสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. *วารสารวิจัยมทร.กรุงเทพ*, 12(1), 97-111.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญศิลป์ จิตตะประพันธ์, ชลตรงค์ ทองสง, อำนาจ รักษาพล, และ เบญจมาศ ณ ทองแก้ว. (2556). *รายงานวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่งในจังหวัดชุมพร: สถานะความต้องการ ปัญหา และแนวโน้มในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (รายงานการวิจัย)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ปภาดา ฉัตรสกุลปัญญา, และ สุพัทธ แสนแจ่มใส. (2562). *พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างมีวิจารณญาณในกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิต. (2554). หมวด ก.: การสื่อสาร. สืบค้นจาก <https://dictionary.orst.go.th>.
- ยุภา นารินนท์. (2563). ผู้นำท้องถิ่นกับการสื่อสาร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มจร. วิทยาเขตอีสาน*, 1(3), 4-43.
- วรงค์ ผูกู. (2562). ผู้นำในการพัฒนาชุมชน 4 ประเภท. สืบค้นจาก <http://www.randdcreation.com>.
- วรวิ มุลสิน. (2561). องค์ประกอบของผู้นำชุมชนในการจัดการอนุรักษ์ป่าชุมชนอย่างยั่งยืน ตำบลโนนโพน อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 4(ฉบับพิเศษ), 372-373.
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2566). *ภาวะผู้นำ: ทฤษฎีและนันทศาสตร์ร่วมสมัยปัจจุบัน*. กรุงเทพฯ: ทิพย์วิสุทธิ.
- สุโขทัยธรรมาริชา, มหาวิทยาลัย. (2548). *องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่6)*. นนทบุรี: ชวนพิมพ์.
- สุทธิชัย ปัญญโรจน์. (2555). 7C's เพื่อการสื่อสารที่ดี. สืบค้นจาก <http://www.dr.suthichai.com>.
- Connors, J. V. (2013). Constructive communication. Retrieved from Constructive Communication.
- DeVito, J. A. (2000). *Human communication* (8th ed.). New York: Longman.
- Harnack, Victor R.; and Fest, Thorrell. (1964). *Group Discussion*. New York: Appleton - Century - Crofts.
- Kelley and Robert. (1977). *Communication*. New York: Crowell Company.
- Miller, G. A. (2016). Communication. from/<http://e-book.ram.edu/e-book/m/mc111/mc1110101.html>.
- Reese - Weber, M. (2015). Intimacy, communication, and aggressive behaviors: Variations by phases of romantic relationship development. *Personal Relationships*, 22(2), 204-215.
- Rogers, E. M. and Shoemaker, F. F. (2016). Communication. Retrieved from <http://e-book.ram.edu/e-book/m/mc111/mc1110101.html>.

ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวพระตำหนักคำหยาดสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงประวัติศาสตร์ภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน
The Tourism Management Potential of Kham Yat Palace
to Historical Tourism Destination Based on Community's Participation

ธนวรรช ดอกจันทร์¹ ณัฐริกรานต์ แก้วนิล² ธัญพร ยิปซั่มภูมิพิจิตร²
Thanawat Dokchan¹ Nattharikran Kaewnil² Tabanporn Yipsumpoomipijit²

Corresponding Author's Email: dokchan_T@su.ac.th

(Received: October 24, 2023; Revised: March 7, 2024; Accepted: March 14, 2024)

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พระตำหนักคำหยาด สู่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่พระตำหนักคำหยาดสู่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และการบอกต่อ จำนวน 39 คน ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่พระตำหนักคำหยาดมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่โดดเด่น ได้แก่ โบราณสถานพระตำหนักคำหยาด และวัดของชุมชน ที่มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจและสถาปัตยกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในตำบลคำหยาดได้ แต่ยังขาดการบริหารจัดการทั้งในด้านงบประมาณ ด้านทรัพยากรบุคคล การประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมทั้งการสืบสานเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การบูรณะ และการดูแลจัดการบริเวณพื้นที่โดยรอบให้เกิดประโยชน์อย่างทั่วถึง อีกทั้งได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนบนพื้นฐานของกระบวนการการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ รวมถึงการช่วยกันขับเคลื่อนโครงการหรือความคิดต่างๆ เพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรมจากการประชุมหารือร่วมแสดงความคิดเห็น และสนับสนุนในทุกภาคส่วน

คำสำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ พระตำหนักคำหยาด

Abstract

The research, The Potential Management of Kham Yat Palace to Historical Tourism Attraction through Community Participation, aimed to study the potential of tourism management in the Kham Yat Palace area towards historical tourism through community participation. This study was qualitative research. The tool used in the data collection was a semi-structured interview with purposive sampling and snowball sampling of 39 people. The study found that the Kham Yat Palace area had outstanding tourism resources, including the ancient Kham Yat Palace site and community temple. It had an interesting history and architecture that can be designated as a tourist attraction in Kham Yat Subdistrict. Still, there was a lack of management in terms of budget, human resources public, relations, and creating a network of cooperation and community participation, including the inheritance of historical stories, restoration, and management of the surrounding area for thorough benefits. The research also proposed guidelines for promoting community participation based on the participation process of people in the community and those involved in the area to help drive various projects or ideas to become concrete from the discussion meeting, opinions sharing, and support from every sector.

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² นักวิชาการอิสระ

¹ Lecturer, Tourism Management Major, Faculty of Management Science, Silpakorn University

² Independent Scholar

Keywords: tourism management, participation, historical tourism attraction, Kham Yat palace

ความเป็นมาของปัญหา

พระตำหนักคำหยาดสันนิษฐานว่าได้ปลูกสร้างขึ้นตั้งแต่รัชสมัยสมเด็จพระเจ้าบรมโกศเพื่อใช้เป็นที่พักแรม เนื่องจากมีพระราชนิมิตเสด็จประพาสเมืองแถบนี้ ซึ่งเป็นเวลาเดียวกับกรมขุนพรพินิต (ขุนหลวงหาวัด หรือ เจ้าฟ้าอุทุมพร) เคยผนวชอยู่ที่วัดราชประดิษฐ์ ได้ทรงนำข้าราชการบริพารกับพระภิกษุที่จงรักภักดี เสด็จลงเรือพระที่นั่งออกเดินทางจากพระนครมาจำพรรษาที่วัดโพธิ์ทองคำหยาดและประทับอยู่ที่พระตำหนักคำหยาดนี้เพื่อไปสมทบกับชาวบ้านบางระจัน ปัจจุบันพระตำหนักแห่งนี้ ทางกรมศิลปากรได้บูรณะและขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถาน (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดอ่างทอง, 2559)

สภาพพระตำหนักคำหยาดโดยรวมในปัจจุบัน มีตัวอาคาร 2 ชั้น ประกอบด้วยผนัง 4 ด้าน ตัวอาคารตั้งโดดเด่นอยู่กลางทุ่ง ก่อด้วยอิฐถือปูนขนาดกว้าง 10 เมตร ยาว 20 เมตร ยังคงสามารถเห็นเค้าโครงความสวยงามทางด้านศิลปกรรม เช่น ลวดลายประดับซุ้มจรนำหน้าต่าง มีมุขด้านหน้าและด้านหลังภายในทาดินแดง ปูพื้นกระดาน ซึ่งโดยรวมถือว่าตัวอาคารและรายละเอียดยังมีความสมบูรณ์ ทัศนียภาพภายในพระตำหนักมีความสวยงาม ร่มรื่น มีพระรูปปั้นหลวงพ่อบ้านองค์จำลอง พบร่องรอยของโครงสร้างทางด้านสถาปัตยกรรม ฉายให้เห็นถึงเรื่องราวและความทรงจำในสมัยอดีตได้อย่างน่าสนใจ อนุสรณ์สถานปลีภิภิเวทของ “ขุนหลวงหาวัด” พระนามที่ชาวบ้านคำหยาดได้ขนานนามให้สมเด็จพระบรมราชาธิราชที่ 4 หรือเป็นที่รู้จักกันทั่วไปในพระนาม “พระเจ้าอุทุมพร” กษัตริย์พระองค์ที่ 32 ของกรุงศรีอยุธยา บริเวณลานด้านข้างของพระตำหนักมีต้นก้ามปูโบราณอายุ 100 กว่าปี ต้นลำโรงโบราณ อายุ 100 กว่าปี แผ่กิ่งก้าน ตระหง่าน และที่ต้นลำโรงนั้น ชาวบ้านมีความเชื่อและนับถือว่าหากลูกหลานเรียนเวชศาสตร์ เกษศาสตร์ หรือผดุงครรภ์ มาไหว้บวงสรวงก็จะได้รับความสำเร็จในการเรียนรวมถึงการประกอบสัมมาอาชีพ (ครองฤทธิ ภูมิจิตร, 2553; ประพันธ์ ประทุมวรรณ, 2560 และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2562)

แม้ว่าพื้นที่ชุมชนคำหยาดจะมีอาคารโบราณสถานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีประวัติเรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจ แต่อาคารโบราณสถาน และพื้นที่บริเวณโดยรอบพระตำหนักกลับไม่ได้รับการพัฒนาหรือส่งเสริมคุณค่าความสำคัญของโบราณสถานกับชุมชน ซึ่งทางชุมชนเองมีความพยายามที่จะส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ มีความพยายามรวมกลุ่มอาชีพจากคนในชุมชน แต่ก็ขาดความร่วมมือจากคนในชุมชน ขาดการพัฒนาเพื่อให้ความพร้อมต่อการรองรับการท่องเที่ยว จึงเกิดแนวคิดในการศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ขึ้นในพื้นที่พระตำหนักคำหยาด ตำบลคำหยาด อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในอนุรักษ์โบราณสถาน การพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนผ่านการมีส่วนร่วม

ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งศึกษาศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พระตำหนักคำหยาด เพื่อพัฒนาพระตำหนักคำหยาดให้เป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน อีกทั้งเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและเป็นประโยชน์ในการพัฒนาพระตำหนักคำหยาดให้เป็นที่รู้จักและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ผ่านการนำเสนอคุณค่าของโบราณสถานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวพระตำหนักคำหยาดสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยว พระตำหนักคำหยาดสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่พระตำหนักคำหยาด ตำบลคำหยาด อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้นำชุมชน คณะกรรมการหมู่บ้าน กลุ่มผู้ประกอบการ ประชาชนชาวบ้าน และประชาชนในชุมชนพื้นที่พระตำหนัก-คำหยาด ตำบลคำหยาด อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง และบริเวณโดยรอบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และการบอกต่อ (Snowball sampling) จำนวน 39 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้นำชุมชน 3 คน คณะกรรมการหมู่บ้าน 5 คน กลุ่มผู้ประกอบการ 9 คน ประชาชนชาวบ้าน 5 คน ตัวแทนประชาชนในพื้นที่ 9 คน และผู้แทนหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 8 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การศึกษานี้ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi - structured interview) ประกอบด้วยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ภายใต้แนวคิดปัจจัยทางการท่องเที่ยว 5 A's of tourism และการมีส่วนร่วมของชุมชน 4 ด้าน (Cohen and Uphoff, 1981) ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision making) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Implementation) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interview) เป็นรายบุคคลโดยการสอบถามและบันทึกการตอบข้อซักถามจากแบบสัมภาษณ์ โดยการนัดหมายวันเวลาและสถานที่ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งทุกท่านที่ให้ข้อมูลจำเป็นต้องทราบถึงกระบวนการวิจัย ข้อจำกัด และการไม่เปิดเผยว่าบุคคลใดเป็นผู้ให้ข้อมูลเป็นไปตามระเบียบจริยธรรมการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) ถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องและสรุปด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis) บนพื้นฐานกรอบการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวพื้นที่พระตำหนักคำหยาด สู่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ผ่านปัจจัยการท่องเที่ยว 5 A's ประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ 2) การเข้าถึง 3) สิ่งอำนวยความสะดวก 4) ที่พัก และ 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

1.1 สิ่งดึงดูดใจ จากการศึกษาพบว่าพื้นที่ตำบลคำหยาดและพระตำหนักคำหยาดมีสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญคือ โบราณสถานพระตำหนักคำหยาด วัดคำหยาด และวัดโพธิ์ทอง ซึ่งเป็นวัดที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชนที่มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ และสถาปัตยกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลคำหยาด แต่เนื่องจากทางชุมชนในพื้นที่ตำบลคำหยาดยังขาดการบริหารจัดการที่ดีในเรื่องงบประมาณ ด้านทรัพยากรบุคคล และด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือภายในตำบล จึงทำให้ยังขาดการส่งเสริมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

นอกจากอาคารสถานที่แล้วที่บริเวณพระตำหนักคำหยาดจะมีปรากฏการณ์ที่สำคัญ คือ แสงพระอาทิตย์ลอดผ่านหน้าต่างและประตูของพระตำหนักคำหยาด ซึ่งสถานที่แห่งนี้จะเกิดปรากฏการณ์ช่วงประมาณเดือนธันวาคมของทุกปี โดยจะเกิดขึ้นปีละ 3 วัน ซึ่งจะทราบข้อมูลได้จากศูนย์ดาราศาสตร์เป็นผู้พยากรณ์และเป็นผู้แจ้งกำหนดวันให้ทราบทุกปี

แต่ทางชุมชนไม่สามารถจัดกิจกรรมได้เนื่องจากในการจัดงานจำเป็นต้องใช้งบประมาณ เป็นจำนวนมาก โดยในอดีตเคยจัดงานกิจกรรมนี้เพื่อเป็นกิจกรรมดึงดูดการท่องเที่ยวมาก่อน แต่กลับได้รับความสนใจจากผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนน้อยเพราะเป็นเพียงการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่วงแคบแคภายในจังหวัดอ่างทอง ทำให้ผลตอบรับไม่เป็นที่น่าพอใจ จึงไม่ได้จัดกิจกรรมดังกล่าวในปีถัดไป

1.2 การเข้าถึงพื้นที่ชุมชน สามารถเข้าถึงได้หลากหลายเส้นทางในพื้นที่จังหวัดอ่างทองผ่านทางถนนทางหลวงชนบท ซึ่งสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก โดยภายในชุมชนยังคงมีถนนลูกรัง ถนนลาดยาง และถนนคอนกรีต ซึ่งมีบางจุดที่ถนนแคบจนรถยนต์สัญจรได้อย่างลำบาก และในการเดินทางท่องเที่ยวภายในพื้นที่ตำบลคำหยาดจำเป็นต้องใช้รถยนต์ส่วนบุคคล หรือเช่ารถจากภายนอก เนื่องจากไม่มีรถสาธารณะบริการภายในบริเวณตำบล

1.3 สิ่งอำนวยความสะดวก ภายในตำบลเส้นทางถนนเชื่อมแต่ละตำบลมีเสาไฟฟ้าแบบโซลาเซลล์เพื่อส่องสว่างให้แก่ผู้สัญจรในช่วงกลางคืนได้เป็นอย่างดี และบริเวณโดยรอบของพื้นที่ชุมชน มีห้องน้ำสาธารณะที่ยังใช้งานได้ตั้งอยู่ใกล้บริเวณพระตำหนักคำหยาด แต่ขาดการดูแลบำรุงรักษาให้สะอาด โดยป้ายบอกทางภายในชุมชนมีไม่เพียงพอ ไม่ทั่วถึง และไม่มีมีการปรับปรุงให้พร้อมใช้งานได้ อีกทั้งป้ายสื่อความหมายภายในบริเวณพระตำหนักคำหยาดและป้ายวัดของชุมชนก็มีความชำรุดและเลือนลาง รวมทั้งในสถานที่แหล่งท่องเที่ยวภายในตำบลที่เป็นอัตลักษณ์ยังขาดนักสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

1.4 ที่พัก ภายในตำบลคำหยาดไม่มีที่พักของชุมชนในรูปแบบต่างๆ แต่มีเพียงที่พักที่เป็นประเภทแบบรีสอร์ทในตำบลใกล้เคียง มีจำนวน 1 แห่ง ซึ่งเป็นของเอกชน ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 4 ซึ่งไม่ไกลจากพระตำหนักคำหยาด โดยเปิดให้บริการทั้งแบบรายชั่วโมง (ราคา 200 บาท/ชั่วโมง) และรายวัน (ห้องพักแบบ 2 คน ราคา 450 บาท/วัน และห้องพักแบบ 4 คน ราคา 700 บาท/วัน) ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักไม่มากนัก

1.5 กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนคำหยาด เป็นกิจกรรมที่เน้นการเยี่ยมชมทัศนียภาพความสวยงามของอาคารพระตำหนักคำหยาด การเข้าไหว้พระ ขอพร สักการะ ทำบุญ ณ วัดโพธิ์ทองใน วัดโพธิ์ทองนอก และวัดคำหยาด รวมไปถึงการซื้อของที่ระลึกของฝากจากคนในชุมชน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ OTOP ทำขวตรีไซเคิล ผลิตภัณฑ์การทำโคมไฟกะลา ตะกร้าหวาย กระเช้าของขวัญ และสินค้าเกษตรอื่นๆ ซึ่งยังขาดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม

2. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

2.1 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จากการศึกษาพบว่าชุมชนเองยังขาดการมีส่วนร่วมที่เป็นรูปธรรมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว แม้ว่าชุมชนจะมีการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น เสนอความคิด และมีความพยายามในการรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์ต่างๆ เข้ามาสู่การท่องเที่ยว อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ OTOP ทำขวตรีไซเคิล ผลิตภัณฑ์การทำโคมไฟกะลา ตะกร้าหวาย และกระเช้าของขวัญ แต่ไม่ได้มีการร้อยเรียงเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน ขาดการร่วมกันตัดสินใจต่างคนต่างดำเนินการในวิธีการของตน ส่งผลทำให้ขาดการร่วมปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน

2.2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เนื่องจากชาวบ้านส่วนมากในตำบลคำหยาดมีอาชีพเป็นเกษตรกร จึงทำให้ไม่ได้มีเวลาหรือให้ความสนใจที่จะเข้าร่วมในการดำเนินงานหรือพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและเลือกที่จะให้ความสำคัญกับรายได้จากการทำเกษตรกรรมเสียมากกว่าเพราะเกรงว่าถ้าล่าช้าผลผลิตจะเสียหาย

2.3 การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ แม้ว่าที่ผ่านมาชุมชนคำหยาดเคยได้รับการพัฒนาจากโครงการจากภาครัฐ โครงการนวัตกรรมดี โครงการจากสำนักงานพัฒนาชุมชนเข้ามาช่วยเหลือให้การสนับสนุนและดูแลชุมชน แต่ก็ไม่ได้มีการกระจายผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ อย่างทั่วถึงแต่กระจายอยู่กับกลุ่มคนไม่กี่กลุ่ม รวมถึงผู้ประกอบการไม่กี่ราย อันเนื่องมาจากความพร้อมในการตอบรับ และศักยภาพที่หน่วยงานรัฐเห็น รวมถึงไม่มีการสืบสานเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การบูรณะ และการดูแลจัดการบริเวณพื้นที่โดยรอบให้เกิดประโยชน์อย่างทั่วถึงส่งผลต่อความสัมพันธ์และการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในครั้งถัดไป

2.4 การมีส่วนร่วมในการประเมินผล เมื่อชุมชนมีการจัดกิจกรรมและดำเนินโครงการต่างๆ เสร็จสิ้นแล้วก็ไม่ได้มีการติดตามผลและประเมินผลจากโครงการดังกล่าวกับชุมชน ชุมชนไม่ได้รับรู้ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของตน ความพึงพอใจต่อ

กิจกรรมต่างๆ รวมถึงผลสะท้อนจากคนในชุมชนเองก็ไม่ได้ส่งออกไปให้หน่วยงานรัฐได้ทราบ จนกระทบกับความสัมพันธ์ที่จะร่วมงาน ส่งผลให้ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงานร่วมกัน

ทั้งนี้ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนควรเกิดขึ้นบนพื้นฐานของกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ควรให้การช่วยกันสนับสนุน ขับเคลื่อนโครงการหรือความคิดต่างๆ เพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรมจากการประชุมหารือ ร่วมกันแสดงความคิดเห็น และสนับสนุนในทุกภาคส่วน ซึ่งหากจะกำหนดกรอบผู้มีส่วนร่วมในพื้นที่ที่สามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มคร่าวๆ ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มคนในท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่และมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวให้การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี อาทิเช่น ผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชน และปราชญ์ชุมชนหรือมีคฤหาสน์น้อย กลุ่มที่ 2 กลุ่มหน่วยงานสนับสนุนประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐทั้งจากส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น เทศบาลตำบลคำหยาด และกลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ประกอบการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจที่พัก กลุ่มธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็ก และธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นถิ่นที่มีปรากฏอยู่ที่ชุมชนคำหยาดแห่งนี้ เพื่อเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมโดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถของเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวพระตำหนักคำหยาด

อีกทั้งยังพบว่าคนในชุมชนที่มีความสนใจด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความต้องการได้รับการพัฒนาทักษะ 3 ทักษะ ประกอบด้วย 1) ทักษะด้านการเล่าเรื่อง (Storytelling) 2) ทักษะด้านคุณภาพของการบริการ (Service quality) และ 3) ทักษะด้านการมีใจรักการบริการ (Service mind) เพื่อให้มีความพร้อมที่จะรับนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นกลุ่มใดก็ตาม นอกจากนี้ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนให้มีการถอดองค์ความรู้และการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge management) จากปราชญ์ชาวบ้าน นักเล่าเรื่องของหมู่บ้าน ผู้สูงอายุที่สามารถเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับพระตำหนักคำหยาดได้อย่างละเอียด เพื่อใช้เป็นข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนแก่นักท่องเที่ยวและผู้มาเยี่ยมเยือนเป็นอีกหนึ่งสิ่งสำคัญเนื่องจากผู้เฒ่าเกิดในสมัยที่พระตำหนักคำหยาดมีความรุ่งเรืองเห็นเรื่องราวในอดีต และควรส่งต่อข้อมูลให้กับลูกหลานคนในชุมชนหรือผู้ที่สนใจต่อไป

อภิปรายผล

1. ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยว พระตำหนักคำหยาดถือว่าเป็นมรดกทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดอ่างทองและประเทศไทย ซึ่งมรดกนี้เป็นสิ่งตกทอดจากอดีตและคงอยู่ถึงปัจจุบัน แสดงให้เห็นถึงเรื่องราวความเป็นมาทั้งศิลปกรรม ประวัติศาสตร์ และความเป็นสังคมชุมชนในพื้นที่ และโบราณสถานแห่งนี้ถือได้ว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นโบราณวัตถุ (Tangible cultural heritage) ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural value) ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าทางเอกลักษณ์ (Identity value) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของทรงอาคารที่ตั้งอยู่ริมน้ำ คุณค่าทางศิลปะเทคนิค (Artistic and Technique value) ทั้งในด้านการออกแบบ การก่อสร้าง โครงสร้างอาคาร และการใช้ประโยชน์ตัวอาคารในยุคสมัยนั้นๆ ที่หาชมได้ยากในปัจจุบัน (ชมภูษุช หุ่นาค, 2559 และ Feilden and Jokilehto, 1998) นอกจากนี้ตัวอาคารสถาปัตยกรรมแล้ว การมีกิจกรรมพิเศษเพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวก็สำคัญไม่แพ้กัน อันเห็นได้จากอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีปรากฏการณ์แสงดวงอาทิตย์ส่องผ่านบานประตูเช่นกัน ซึ่งหากมีการนำเสนอเรื่องราวหรือสื่อความหมายที่น่าสนใจก็สามารถเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน (นภารัตน์ อยู่ประเสริฐ และไพฑูรย์ มนต์พานทอง, 2562) สอดคล้องกับการศึกษาของ คำเกิง อัครสุนทรางกูร (2562) ที่ได้อธิบายไว้ว่า การจัดกิจกรรม (Activity) และการโฆษณาสื่อสารประชาสัมพันธ์ (Advertising) จะสามารถกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวได้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ด้านการท่องเที่ยว การปรับปรุงฟื้นฟูแหล่งโบราณสถาน (Renovate historical site) และการจัดระเบียบ (Collocation) จะสามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ได้ และหากแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีป้ายสื่อความหมาย บ้ายบอกทางที่เห็นได้ง่ายชัดเจน มีไฟส่องสว่าง เส้นทางที่เข้าถึงสะดวก ตลอดจนมีที่พักใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน มีห้องน้ำ จุดจอดรถที่เข้าออกง่ายและเพียงพอก็สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจจะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ได้ง่ายขึ้น (เดือนใจ จันทร์หมื่น, 2562)

2. การมีส่วนร่วมของผู้คนในชุมชนอยู่ในระดับที่ต้องมีการพัฒนา เนื่องจากยังขาดในการร่วมตัดสินใจ การร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการติดตามและประเมินผล ซึ่งทั้ง 4 กระบวนการถือเป็นสิ่งสำคัญมากของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ คนในชุมชนควรมีโอกาสได้ลงมติดในการเข้าร่วมประชุมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว และรับทราบผลที่ตามมาเพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในครั้งถัดไป (ณัฐพร ดอกบุญญา และ สุภาพกรณ์ ทองคำนุช, 2556) สอดคล้องกับการศึกษาของ ญาณภทร เขียวถาวร (2563) ที่ได้อธิบายว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่ดีควรให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวตลอดกระบวนการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งขั้นตอนการค้นหาปัญหา การวางแผนการปฏิบัติกิจกรรม การตัดสินใจ จนนำไปสู่การติดตามและประเมินผล เพื่อส่งเสริมให้ทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ จัดพื้นที่ให้คนในชุมชนเข้ามาประชุม วิชาการวิจารณ์แนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันมีส่วนร่วมผ่านการตัดสินใจ การรับทราบข้อมูลและผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง (บงกชกร ทองสุก, 2562 และ สมจิตร อินทมน และ ปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร, 2557)

นอกจากความพร้อมของสถานที่แล้วความพร้อมด้านบุคลากรในพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวก็สำคัญไม่แพ้กัน เนื่องจากบุคลากรถือว่าเป็นหัวใจหลักของการดำเนินงาน การพัฒนา และส่งเสริมศักยภาพของบุคลากรในพื้นที่จึงเป็นกระบวนการสำคัญที่เพิ่มพูนความรู้ทักษะและมีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับงานที่รับผิดชอบด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง สอดคล้องกับการศึกษาของทิพาพร ไตรบรรณ (2557) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และระบุไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวควรมุ่งสร้างความร่วมมือกับชุมชน ตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรที่ความรู้ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวมาอบรมให้ความรู้แก่ผู้คนในชุมชน ส่งเสริมและสนับสนุนโดยให้คนในหมู่บ้านมีส่วนร่วมในการรับรู้การพัฒนาการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน และควรจัดสรรงบประมาณในการดำเนินงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้นเกิดเป็นเครือข่ายร่วมกัน ยิ่งกับการท่องเที่ยวด้วยแล้วเครือข่ายการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ไปสู่ความยั่งยืน (สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน และ วรางคณา อติศรประเสริฐ, 2559) เนื่องจากทุกคนล้วนแล้วแต่เป็นเจ้าของสถานที่ร่วมกันในพื้นที่ชุมชน ทุกคนจึงล้วนมีหน้าที่ในการอนุรักษ์ คุ้มครอง รักษา นำเสนอ และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเหมาะสม นำเสนอคุณค่าและความสำคัญของพื้นที่ รวมไปถึงตัวแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการปลูกจิตสำนึกให้แก่คนในชุมชนและส่งต่อไปยังคนรุ่นใหม่ในท้องถิ่น เปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วม และกระจายรายได้สู่ชุมชน (จิตประสงค์ สุทธิเดช, 2560; จิตศักดิ์ พุฒจรรย์ และ คณณะ, 2561 และ กรมส่งเสริมการเกษตรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2565)

สรุปผลการวิจัย

ในภาพรวมของพื้นที่พระตำหนักคำหยาดพบว่ามียุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่โดดเด่น ได้แก่ โบราณสถานพระตำหนักคำหยาด และวัดของชุมชนที่มีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจและสถาปัตยกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในตำบลคำหยาดได้ อีกทั้งยังมีปรากฏการณ์แสงพระอาทิตย์ลอดผ่านหน้าต่างและประตูของพระตำหนักคำหยาด ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่หาชมได้ยาก แสดงให้เห็นถึงความพร้อมของฐานทรัพยากร แต่เนื่องจากยังขาดการบริหารจัดการทั้งในด้านงบประมาณ ด้านทรัพยากรบุคคล การประชาสัมพันธ์ การมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากการมีส่วนร่วมของชุมชน อีกทั้งไม่มีการสืบสานเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ การบูรณะ และการดูแลจัดการบริเวณพื้นที่โดยรอบให้เกิดประโยชน์อย่างทั่วถึง ดังนั้น จึงควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เป็นรูปธรรมผ่านการใช้กระบวนการทางการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างการมีส่วนร่วม กระจายผลประโยชน์ และรักษาสืบสานวัฒนธรรม โบราณสถาน ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวพระตำหนักคำหยาดให้เป็นที่รู้จักและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งในจังหวัดอ่างทองที่ควรมาเยี่ยมชมและศึกษาเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเพื่อชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่พระตำหนักคำหยาด สามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้สำหรับวางแผนการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว และการพัฒนาบุคลากร รวมถึงการนำเสนอให้เห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงแนวทางการส่งเสริมการจัดกิจกรรม การสร้างและพัฒนาการมีส่วนร่วม และแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมที่เป็นรูปธรรมผ่านการกระบวนการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ตลอดจนการศึกษาถึงแนวทางการนำเสนอโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวพื้นที่พระตำหนักคำหยาดให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2565). *การพัฒนาการมีส่วนร่วมของภาคีและเครือข่ายในงานส่งเสริมการเกษตร*. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยีกรมส่งเสริมการเกษตร.
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดอ่างทอง. (2559). *พระตำหนักคำหยาด*. สืบค้นจาก http://www.angthong.go.th/2564/ebook_strategy.
- ครองฤทธิ ภูมิจิตร์. (2553). *ความสำคัญของวัดที่มีอาคารทรงตำหนักในสมัยอยุธยาตอนปลายกรณีศึกษาวัดโพธิ์ประทับช้าง วัดมเหยงคณ์ วัดกุฎีดาววัดพุทไธศวรรย์ และพระตำหนักคำหยาด* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- จิตประสงค์ สุลิเดช. (2560). *การมีส่วนร่วมของครัวเรือนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านนาด้วง เมืองวังเวียง แขวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- จิตศักดิ์ พุฒจรรย์, ทิพย์สุดา พุฒจรรย์, ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว, สไบทิพย์ มงคลนิมิตร, เกศราพร พรหมนิมิตกุล, จิรัชญา ชาติโสภานนท์, จูติมา เวชพงศ์, และ ธนวรรษ ดอกจันทร์. (2561). *การพัฒนาแนวทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับสินค้าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience) ของประเทศไทย ภายใต้โครงการ The LINK* (รายงานการวิจัย). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชมภูนุช นุ่นนาค. (2559). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในจังหวัดสมุทรสงคราม*. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 27(1), 39-46.
- ญาณานธร เขียรถาวร. (2563). *การมีส่วนร่วมของชุมชนกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท*. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 11(2), 293 - 308.
- ณัฐพร ดอกบุญนาค และ สุภาพกรณ์ ทองคำนุช. (2556). *รายงานการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวกรณีศึกษาชุมชนในตลาดร้อยปีสามชุกอำเภอสามชुक จังหวัดสุพรรณบุรี* (รายงานการวิจัย). พระนครศรีอยุธยา: กองทุนส่งเสริมการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ดำเกิง อัครสุนทรวางกูร. (2562). *นุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 7(4), 1126 - 1139.
- เดือนใจ จันทร์หมื่น. (2562). *การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดน่าน* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ทิพาพร ไตรบรรณณ์. (2557). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กรณีศึกษาหมู่บ้านอรัญญิกจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.

- นภารัตน์ อยู่ประเสริฐ และไพฑูรย์ มนต์พานทอง. (2562). แนวทางการพัฒนาการสื่อความหมายในอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์. *Veridian E-Journal*, 12(4), 1630-1648.
- บงกชกร ทองสุก. (2562). การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนเมืองเก่าจังหวัดสุโขทัย. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 11(2), 31 - 38.
- ประพันธ์ ประทุมวรรณ. (2560). พระตำหนักคำหยาด จังหวัดอ่างทอง. สืบค้นจาก <http://www.talad-tongchom.rmutt.ac.th/2017/07/20/khamyard/>
- สมจิตร อินทมน และ ปาริชาติ วิสุทธิสมาจาร. (2557). การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. *บทความวิจัยการประชุมวิชาการการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน ครั้งที่ 4 ประจำปี 2557* วันที่ 11-13 มิถุนายน 2557. น. 230 - 235. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน และ วรางคณา อติศรประเสริฐ. (2559). การเสริมสร้างขีดความสามารถของบุคลากรการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขึ้นทะเบียนมรดกโลกของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิจัยรำไพพรรณ*, 10(4), 89-100.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2562). พระตำหนักคำหยาด. สืบค้นจาก <https://cbtt.hailand.dasta.or.th/webapp/relattraction/content/431/>
- Cohen, J. M. and Uphoff, N. T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center for international Studies*. New York: Cornell University Press.
- Feilden, B. M., and Jokilehto, J. (1998). *Management guidelines for world cultural heritage sites: ICCROM*, Rome.

แนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต

Guidelines for the Development of Quality Standard Factors of Cultural Tourism Attractions in Phuket Province

ธิบดี แซซัง^{1*} ไพฑูรย์ มนต์พานทอง²

Thibdi Zehsaung^{1*} Paithoon Monpanthong²

Corresponding Author's Email: thibdiss@gmail.com

(Received: October 5, 2023; Revised: March 30, 2024; Accepted: April 18, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจแหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต 2) เพื่อประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และ 4) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต โดยวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม มีกลุ่มตัวอย่างเป็น 1) กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต และ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยว Generation Y สำหรับวัตถุประสงค์ที่ 3 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Generation Y จำนวน 400 คน และในวัตถุประสงค์ที่ 4 ได้นำผลการศึกษามาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 - 3 มาวิเคราะห์และอภิปราย รวมทั้งมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้ง สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ พบว่าแหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยว 3 ลำดับแรก เป็นแหล่งวัฒนธรรมประเภทโบราณสถานทั้งหมด และเมื่อพิจารณาตามมาตรฐานคุณภาพ พบว่าแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมีมาตรฐานคุณภาพระดับสูง นอกจากนี้ ผลการวิจัยเชิงปริมาณ จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต พบว่าตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 2 ปัจจัย จาก 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และ 2) ปัจจัยศักยภาพและการจัดกิจกรรม ทั้งนี้ได้เสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัย ทั้ง 7 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) ปัจจัยคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม 2) ปัจจัยศักยภาพและการจัดกิจกรรม 3) ปัจจัยการจัดการ 4) ปัจจัยการพัฒนาจากปัจจัยภายนอก 5) ปัจจัยการจัดการด้านการอนุรักษ์ 6) ปัจจัยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และ 7) ปัจจัยการสื่อความหมาย

คำสำคัญ: แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มาตรฐานคุณภาพ ความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this research were 1) to explore cultural sites that have the potential to be upgraded to tourist attractions in Phuket. 2) to assess the quality standard of cultural attractions in Phuket 3) to study the factors of the quality standard of cultural attractions that influences the intentions of tourists and 4) to propose a guideline for the development of quality standard factors for cultural tourist attractions in Phuket. Objectives 1 and 2 are qualitative research by focus group activities. The sample groups are 1) a group of people involved in organizing cultural tourism in Phuket province and 2) a group of Generation Y tourists. For the objective 3, it is a quantitative research by using a questionnaire. There were 400 Thai tourists in the Generation Y group. For the objective 4 is the results of the

¹ นักศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹ อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ 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

study according to objectives 1-3 were analyzed and discussed. The data analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics, including Multiple Regression Analysis.

Qualitative research results found that the top 3 cultural resources that have the potential to be elevated to tourist destinations are all ancient cultural sites. When considering quality standards It was found that the overall tourist attractions have high quality standards. In addition, the quantitative research results of the analysis of the relationship of the quality standard factors of cultural tourist attractions that influence the overall intention of tourists to visit cultural tourist attractions in Phuket Province, It was found that the influential factor variables with statistical significance at the .05 level were 2 factors out of 7 factors. These include 1) factors of artistic and cultural value and 2) factors of potential and organization of activities. In this regard, guidelines for developing seven factors were proposed, consisting of 1) artistic and cultural value factors, 2) potential and activity factors, 3) management factors, 4) development factors from external factors, 5) conservation management factors, 6) factors. development of facilities and 7) communication factors.

Keywords: cultural attractions, quality standards, intention to travel

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวนับเป็นภาคส่วนอุตสาหกรรม ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งส่วนหนึ่งของประเทศไทย ยืนยันได้จากตัวเลขของรายได้ต่อปีจำนวนมหาศาล นับแสนล้านบาทและมีอัตราการขยายตัวของรายได้ อย่างต่อเนื่อง (อนุชิต ไกรวิจิตร, 2562) ซึ่งส่งผลต่อวงจรเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศอย่างกว้างขวางทั้งการผลิตสินค้าและบริการ การคมนาคมขนส่ง รวมถึงการหมุนเวียนเศรษฐกิจในชุมชนท้องถิ่น ที่เป็นฐานรากสำคัญในการพัฒนาประเทศ และเป็นที่ยอมรับกันดีว่าสถานะการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความเป็นพลวัตไม่หยุดนิ่ง ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งนักท่องเที่ยว ที่หลากหลาย ซับซ้อน มีข้อจำกัด หรือความต้องการ ที่แตกต่างกันจำนวนมาก ประกอบกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในกระแสโลกาภิวัตน์ ที่ทุกประเทศทั่วโลกต่างให้ความสำคัญ ยิ่งทำให้ การท่องเที่ยวทวีความสำคัญในฐานะเครื่องมือหนึ่ง ของการแก้ปัญหาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่แปรผันอันเนื่องจากการแพร่ระบาดของ โรค COVID-19 ย่อมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในภาพรวมลดลงอย่างเห็นได้ชัด (เฉลิมพล จตุพร, 2564)

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีความสำคัญ และมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ นอกจากการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภท ทะเล ภูเขา หรือการบริการรูปแบบต่างๆ ประเทศไทยยังเป็นประเทศที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural capital) ไม่น้อยไปกว่าชาติอื่นในโลก ซึ่ง “ทุนทางวัฒนธรรม” เหล่านี้เป็นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่นด้วย (เทิดชาย ชัยบำรุง, 2552) สามารถดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ที่นอกจากจะมีความต้องการทางร่างกายและจิตใจแล้วยังมีความต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ สังคมใหม่ๆ ในการท่องเที่ยว (วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์, 2561) ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมที่เต็มไปด้วยแหล่งประสบการณ์ใหม่เหล่านี้ ก็ล้วนเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ สอดคล้องกับการศึกษาอัตราการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของโลกในระยะ 10 ปี ซึ่งแสดงมูลค่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในสัดส่วนที่มากที่สุด เป็นตัวเลขถึง 900 ล้านเหรียญสหรัฐ และมีแนวโน้มการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านนี้ถึงร้อยละ 15 ต่อไป (บริษัท เอฟพีนิดี จำกัด, 2559)

แม้ว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ของประเทศไทยจะมีความหลากหลายและกระจายอยู่ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ซึ่งเป็นเอ่งอารยธรรม บรรพกาลในพื้นที่ท้องถิ่นนั้นๆ เช่น เชียงใหม่ พระนครศรีอยุธยา นูร์ริมีร์ เป็นต้น แต่เมื่อก้าวถึงจังหวัดแห่งการท่องเที่ยวของไทย ย่อมมีจังหวัดภูเก็ต เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ด้วยเป็นเมืองที่สามารถสร้างรายได้

ให้แก่ประเทศจำนวนมากกว่าปีละสองแสนล้านบาท (อนุชิต ไกรวิจิตร, 2562) มีทรัพยากรทางสังคมและวัฒนธรรมที่สามารถยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว กลุ่ม Generation Y ได้ ประกอบกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาของไทยได้จัดทำเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ด้วยเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในทุกมิติ เกณฑ์มาตรฐานดังกล่าว จึงมีความสำคัญ ในฐานะเครื่องมือกลางสำหรับพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทั่วประเทศ ซึ่งจังหวัดภูเก็ต ในฐานะจังหวัดที่มีชื่อเสียงโด่งดังระดับโลก และเป็นเมืองหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย (Pakpum Kowisuth, 2015) และจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องบางส่วน พบว่างานศึกษาวิจัย เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ต่างๆ และในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตเอง โดยส่วนมากเป็นการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบ หรือลักษณะการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือการเสนอแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมผ่านเครื่องมือการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหลัก จึงควรมีการศึกษาวิจัย เพื่อพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมว่ามาตรฐานเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างไร ต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่ม Generation Y เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เชื่อมโยงกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ซึ่งนับเป็นเครื่องมือหลักในการบริโภคสินค้าและบริการในปัจจุบัน รวมทั้ง มีการคาดการณ์ว่า ประชากรกลุ่ม Generation Y ทั่วโลก มีการใช้จ่ายรวมกันราว 2 แสนล้านเหรียญสหรัฐต่อปี (นิรชา เอี่ยมชะเออด, 2563) ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มประชากรที่มีกำลังในการบริโภคสินค้าและบริการ ที่มหาศาล จึงเป็นกลุ่มประชากรในการศึกษา ที่สามารถสะท้อนความคิดเห็น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ตได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจแหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ ในการยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยว Generation Y ที่จะมาท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัย ด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่กำหนดในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามระเบียบวิธีวิจัย และตามวัตถุประสงค์ที่ 1 – 3 เพื่อนำมาอภิปรายผลในวัตถุประสงค์ที่ 4 ดังต่อไปนี้

2.1 การศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มประชากรในการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus group) ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมภายในจังหวัดภูเก็ต และ 2) กลุ่มนักท่องเที่ยว Generation Y ชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ภายในจังหวัดภูเก็ต

2.2 การศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มประชากรเป็นชาวไทย ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2525 ถึง พ.ศ. 2548 หรือที่เรียกว่า Generation Y

สำหรับการกำหนดกลุ่มตัวอย่างนั้น ในเชิงคุณภาพ ได้จัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus group) จำนวน 2 กลุ่ม กำหนดกลุ่มละไม่น้อยกว่า 8 คน (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนทร์ และ ประสพชัย พสุนนท์, 2559) โดยใช้วิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งได้สำรวจช่วงอายุ และประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างก่อนการจัดกิจกรรม และในเชิงปริมาณ กำหนดเครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับผู้ตอบ จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ

Cochran (1963) ซึ่งในแบบสอบถามได้บรรจุข้อคำถามเกี่ยวกับช่วงอายุ และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างตรงตามวัตถุประสงค์

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งประกอบไปด้วย หัวข้อการสนทนา ประกอบด้วย 1) แหล่งท่องเที่ยว ที่น่าสนใจสำหรับผู้เข้าร่วมการสนทนา 2) แหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยว และ 3) ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่น/ จุดด้อย ของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และการประเมินมาตรฐานคุณภาพตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในภาพรวม ของจังหวัดภูเก็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 1) ข้อมูลส่วนบุคคล 2) พฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม 3) ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการสนทนาแบบกลุ่ม และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งการลงพื้นที่สำรวจด้วยตนเองแบบตามสะดวก ร่วมกับการจัดส่งแบบสอบถามผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทางสื่อเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Pantip Line เป็นต้น จากนั้นจึงวิเคราะห์และสรุปผลตามขั้นตอนของการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และการอภิปรายข้อมูล สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อสำรวจแหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในจังหวัดภูเก็ต กำหนดรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เครื่องมือการสนทนากลุ่ม (Focus group) มีผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม 2 กลุ่ม กลุ่มละไม่น้อยกว่า 8 คน ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานในการสนทนากลุ่ม สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่กำหนดจำนวนผู้เข้าร่วมการสนทนา ตั้งแต่ 5 – 10 คน (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนทร์ และ ประสพชัย พสุนนท์, 2559) เพื่อการกระตุ้นให้เกิดการแสดงความคิดเห็น ในขนาดวงสนทนาที่ไม่เล็กจนเกินไป สามารถสรุปความเห็นในภาพรวมได้อย่างกระชับ โดยผลการศึกษา กลุ่มที่ 1 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมภายในจังหวัดภูเก็ต (Suppliers) มีผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม จำนวน 9 คน และ กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยว Generation Y ชาวไทย (Consumers) มีผู้เข้าร่วม การสนทนากลุ่ม จำนวน 8 คน รวม 17 คน มีผลการสำรวจ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจสำหรับผู้เข้าร่วมการสนทนา และแหล่งวัฒนธรรม ที่มีศักยภาพยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยว (ไม่เรียงลำดับ)

แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	แหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยว
1. ศาลเจ้ากะทู้	1. เมืองเก่ากะทู้
2. เมืองเก่าภูเก็ต และถนนคนเดินตลาดใหญ่	2. เรือนคนหบดีในเขตอำเภอเมืองภูเก็ต
3. วัดฉลอง	3. ชุมชนบ้านมอญ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	แหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยว
4. พิพิธภัณฑ์ภูเก็ตไทยหัว	4. ศาลากลางหลังเก่า
5. สยามนิรมิต	5. เขารัง
6. ภูเก็ตแฟนตาซี	6. สำนักสงฆ์ภูหัว
7. ไตรภูมิ	7. โคกกลางชนะศึก

นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมการสนทนายังได้ร่วมกันอภิปรายจุดเด่น/ จุดด้อยต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว ของจังหวัดภูเก็ต ในภาพรวม พบว่ามีความเห็นไปในทิศทางที่ตรงกัน กล่าวคือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่ในจังหวัดภูเก็ตมีข้อด้อยในเรื่องมาตรฐานการบริหารจัดการ หรือไม่ได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนเท่าที่ควร เช่น ปัญหาขยะ ปัญหาการจราจร เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวอาจไม่มาเที่ยวซ้ำ

2. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งกำหนดรูปแบบ และเครื่องมือในการวิจัยเช่นเดียวกันกับวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 โดยในการสนทนากลุ่มเพื่อประเมิน ได้ประยุกต์ เอาเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามาใช้เป็นเกณฑ์การประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีความคิดเห็นโดยรวม ดังนี้ 1) องค์ประกอบที่ 1 มาตรฐานคุณภาพด้านศักยภาพในการดึงดูดใจ ด้านการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 12 คน มีความเห็นว่าอยู่ในระดับสูง องค์ประกอบที่ 2 มาตรฐานคุณภาพ ด้านศักยภาพในการรองรับ ด้านการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 8 คนมีความเห็นว่าอยู่ในระดับสูงมาก และองค์ประกอบที่ 3 มาตรฐานคุณภาพด้านการบริหารจัดการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 14 คน มีความเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง

3. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งกำหนดรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแนวทางการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่อไป มีผลการศึกษา ดังนี้

3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา เพศชาย จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 และไม่ประสงค์ให้ข้อมูล จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

ช่วงอายุ (Generation Y) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ Generation Y ตอนกลาง (เกิดปี พ.ศ. 2533 - 2540) จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา Generation Y ตอนต้น (เกิดปี พ.ศ. 2525 - 2532) จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 และ Generation Y ตอนปลาย (เกิดปี พ.ศ. 2541 - 2548) จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา พนักงานในหน่วยงานเอกชน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 พนักงานในหน่วยงานของรัฐ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และว่างงาน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

รายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่มีรายได้ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมา รายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 รายได้ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และรายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ภูมิลำเนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.75 รองลงมา ภาคเหนือ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ภาคกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ภาคตะวันออก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ภาคตะวันตก และกรุงเทพมหานคร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

3.2 พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.75 รองลงมา เพื่อหาประสบการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 เพื่อสัมผัสบรรยากาศย้อนอดีต จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และมีวัตถุประสงค์อื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ประเภทวันหยุดที่เลือกไปท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาวันหยุดตามตารางการทำงานของหน่วยงาน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และอื่นๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางไปกับเพื่อน/ เพื่อนร่วมงาน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา เดินทางไปกับครอบครัว จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 เดินทางไปตามลำพัง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 เดินทางไปเป็นหมู่คณะหรือไปกับบริษัทนำเที่ยว จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นิยมไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมประเภทชุมชนท่องเที่ยว จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมา เป็นประเภทอื่นๆ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ประเภทศาสนสถาน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ประเภทโบราณสถาน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และประเภทพิพิธภัณฑ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

แหล่งข้อมูลทางการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หาข้อมูลทางการท่องเที่ยว จากการรับรู้จากสื่อโฆษณาต่างๆ (สื่อสิ่งพิมพ์/ อินเทอร์เน็ต) จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา สืบค้นด้วยตนเอง (สื่อสิ่งพิมพ์/ อินเทอร์เน็ต) จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 และสอบถาม และการแนะนำโดยคนรอบข้าง (ครอบครัว/ เพื่อน/ คนรู้จัก) จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ตามลำดับ

3.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ของปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 2 แสดงปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวฯ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	ความตั้งใจโดยรวม				
	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (α)	1.621	0.196		8.266	0.000*
1. ปัจจัยด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม	0.331	0.048	0.345	6.965	0.000*
2. ปัจจัยด้านกายภาพและการจัดกิจกรรม	0.109	.052	0.130	2.097	0.037*
3. ปัจจัยด้านศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน	-0.015	.054	-0.018	-0.280	0.780
4. ปัจจัยด้านศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก	0.084	.052	0.108	1.619	0.106
5. ปัจจัยด้านการจัดการด้านการอนุรักษ์	0.019	0.060	0.024	0.319	0.750
6. ปัจจัยด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว	0.128	0.067	0.140	1.910	.057
7. ปัจจัยด้านการสื่อความหมาย	-0.007	.057	-0.008	-0.123	0.902
R= 0.352, F= 30.435, Sig.= .000, AdjR ² = 0.341					

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ความตั้งใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยด้านกายภาพและการจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในองค์ประกอบที่ 1 ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยอื่นๆ ตามเกณฑ์องค์ประกอบ ไม่พบความสัมพันธ์กับความตั้งใจโดยรวม โดยพบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลสูงกว่าตัวแปรอื่น คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมา คือปัจจัยด้านกายภาพและการจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 13.00

4. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต ได้กำหนดวิธีการศึกษา โดยการนำเอาผลที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-3 มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และอภิปรายข้อมูลต่างๆ เพื่อสร้างแนวทางในการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีจำนวน 2 ปัจจัย จากทั้งหมด 7 ปัจจัย แต่เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนามาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในภาพรวม จึงได้เสนอแนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต ครบทั้ง 7 ด้าน ดังนี้ 1) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานคุณภาพด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ควรบูรณาการความร่วมมือในการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น 2) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานคุณภาพด้านศักยภาพและการจัดกิจกรรม ควรคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 3) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานคุณภาพด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว ควรร่วมกันจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อม ในทุกด้านและต้องคำนึงถึงการจัดการที่อยู่ภายใต้ระเบียบ กฎหมาย ไม่ละเมิด หรือสร้างผลกระทบในแง่ลบต่อชุมชน หรือทรัพยากรสาธารณะ 4) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานคุณภาพด้านศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก อันได้แก่ ผู้คน กลุ่ม องค์กร หรือชุมชนท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้อง ในฐานะผู้กำกับดูแล ควรสนับสนุนปัจจัยภายนอกเหล่านี้ เพื่อเสริมแรงแหล่งท่องเที่ยวให้เข้มแข็งพอที่จะรองรับด้านการท่องเที่ยว 5) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานคุณภาพด้านการจัดการด้านการอนุรักษ์ โดยการวางนโยบาย วางแผนปฏิบัติการ หรือจัดให้มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมหรือสภาพภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมให้อยู่ในสภาพเหมาะสมไม่ทรุดโทรม เสียหาย 6) การพัฒนาปัจจัยมาตรฐานคุณภาพ ด้านศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ขั้นพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว ควรสัมพันธ์กับการบริหารจัดการของ

ภาครัฐ ในเรื่องของ การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน และการคำนึงถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวในอนาคต 7) การพัฒนา ปัจจัยมาตรฐานคุณภาพด้านการสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยว ควรจัดให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ทางศิลปวัฒนธรรมอย่าง มีคุณภาพและหลากหลาย โดยการส่งเสริมโครงการ/ กิจกรรมต่างๆ ในชุมชน เช่น การฝึกอบรมมัคคุเทศก์ การสร้างสื่อวีดิทัศน์ การผลิตป้ายประชาสัมพันธ์ หรือสื่อประเภทอื่นๆ ที่สามารถสื่อความหมายของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในจังหวัดภูเก็ต มี ประเด็นสำคัญที่สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. การสำรวจแหล่งวัฒนธรรม ที่มีศักยภาพยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ประเภท แหล่งวัฒนธรรมที่ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มส่วนใหญ่ยกมา 3 ลำดับแรก จัดเป็นแหล่งวัฒนธรรมประเภทโบราณสถานทั้งสิ้น ได้แก่ 1) โคกกลางชนะศึก 2) ศาลากลางจังหวัดภูเก็ตหลังเก่า และ 3) เรือนคนหบดี (อาคารสถาปัตยกรรมชิโน - โคโลเนียล) ในเขต อำเภอเมืองภูเก็ต ซึ่งสะท้อนให้เห็นความรุ่มรวยทางศิลปวัฒนธรรม และคุณค่าทางประวัติศาสตร์พื้นถิ่นที่มีเอกลักษณ์อย่างยิ่ง (อัชจิมา หนูคง และ คนละ, 2559) แม้จะมีลักษณะที่ไม่ได้เก่าแก่ หรือโดดเด่นไปกว่าแหล่งโบราณสถาน ในพื้นที่อื่นๆ ของประเทศไทย แต่ตัวอย่างแหล่งวัฒนธรรมเหล่านี้ สามารถสื่อให้เห็นความสนใจ ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในจังหวัดภูเก็ต รวมทั้งสามารถอธิบาย ความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y ได้ว่ายังให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ มรดกประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไป สอดคล้องกับผลสำรวจ ของ Expedia Group และ Wakefield Research (THE MODERNIST, 2566) ในประเด็น Sustainable Travel Study จากการสอบถามความเห็นนักท่องเที่ยว Generation Y และ Z ทั่วโลก จำนวน 11,000 คน จาก 11 ประเทศ พบว่า ร้อยละ 65 สนใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและความเป็นชุมชน และอยากไปเยี่ยมชม สถานที่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก

2. การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต

2.1 องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพ ในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว พบว่าผู้เข้าร่วม การสนทนากลุ่ม ให้ความเห็น ตรงกันว่าแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยรวมในจังหวัดภูเก็ตทั้ง 4 ประเภท (ศาสนสถาน โบราณสถาน ชุมชนท่องเที่ยว และ พิพิธภัณฑ์) มีมาตรฐานระดับสูง ในทุกปัจจัยมาตรฐานตามองค์ประกอบนี้ โดยเฉพาะในตัวชี้วัดเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ ที่ทำให้เกิดการมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ โฮลดา โจนอินทร์ (2559) เรื่องปัจจัยที่ ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งพบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมด้านการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิต ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

2.2 องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพ ในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มให้ความเห็นโดยรวม ว่ามี มาตรฐานระดับสูง ในทุกปัจจัยมาตรฐานตามองค์ประกอบนี้ โดยเฉพาะปัจจัยมาตรฐาน ด้านศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน อันได้แก่ น้ำ ไฟฟ้า ถนน ที่พัก ฯลฯ เนื่องจากสภาพภูมิประเทศของจังหวัดภูเก็ต ที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ นัก ทำให้โครงสร้างพื้นฐานเข้าถึงได้ทั่วพื้นที่จังหวัด ส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมส่วนใหญ่ในพื้นที่ ที่สามารถพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานได้ด้วย

2.3 องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มให้ความเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทั้ง 4 ประเภท โดยรวมในจังหวัดภูเก็ตว่ามีระดับมาตรฐานคุณภาพอยู่ในระดับสูง 1 ปัจจัย และควรปรับปรุง 1 ปัจจัย ตามองค์ประกอบ นี้ โดยเฉพาะปัจจัยด้านการจัดการ ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากจังหวัดภูเก็ต มีการอุปโภค บริโภค สินค้าและบริการ ที่หลากหลาย ส่งผลต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ความสะอาดของสถานที่ความชำรุดเสียหายของวัสดุสิ่งของรวมทั้งการจัดการ ด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ เพราะจังหวัดภูเก็ตมิได้มีการวางผังเมืองที่ดีเท่าที่ควร ทำให้เกิดความแออัด และการใช้พื้นที่ ผิดวัตถุประสงค์ ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมบางแห่ง ไม่สามารถจัดการการใช้ประโยชน์พื้นที่ได้ สอดคล้องกับ

การศึกษาเชิงคุณภาพของ สุธาสิณี วิทยาภรณ์, ตูลา ไชยาศิริจันทร์โรจน์ และ รุจิภา สิ้นสมบุญรัตน์ (2564) ซึ่งได้สัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการชุมชนย่านเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า นโยบายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐยังคงพัฒนาได้ไม่ครบถ้วน โดยชาวบ้านในชุมชนย่านเมืองเก่ายังขาดความรู้ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

3. ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัย ทั้ง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 2) ด้านการรองรับด้านการท่องเที่ยว และ 3) ด้านบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ล้วนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Crosby (1979) อ้างถึงใน เกตุวดี สมบุญรัตน์, คมกริช ศรีไพรงาม, และ ลลิตภัทร สร้างถิ่น, (2561) ที่ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพราะคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นตัวบ่งบอกถึงการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สินค้านั้นสร้างความพอใจให้กับลูกค้าได้ จึงเป็นส่วนช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในฐานะสินค้าหรือบริการรูปแบบหนึ่ง จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภค ตัดสินใจเลือกซื้อ หรือตั้งใจมาท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกตามองค์ประกอบ พบว่า ปัจจัยที่ทรงอิทธิพลที่สุดคือองค์ประกอบที่ 1 ปัจจัย ด้านการดึงดูดใจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์ (2561) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Generation Y คือด้านความน่าสนใจและความสวยงามของสถานที่

สำหรับระดับความตั้งใจของนักท่องเที่ยว ที่จะมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ในจังหวัดภูเก็ต พบว่ามีระดับความตั้งใจโดยรวมในระดับมากที่สุดทุกองค์ประกอบความตั้งใจ คือ 1) การมีเป้าหมาย 2) ความพร้อม 3) สถานการณ์ และ 4) การตอบสนอง โดยองค์ประกอบที่มีระดับความตั้งใจมากที่สุด จากทั้งหมด คือองค์ประกอบด้านความพร้อม ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการวิจัยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2561) ที่พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y เป็นกลุ่มที่เรียกว่า Happiness blend ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่คำนึงถึงสุขภาพ เวลา และการทดลองสิ่งแปลกใหม่ จึงมีความตั้งใจด้านความพร้อมที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในระดับที่สูงมาก

นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ของปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่าเป็น ปัจจัยด้านคุณค่า ทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัย ด้านกายภาพและการจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งล้วนอยู่ในองค์ประกอบที่ 1 ด้านการดึงดูดใจ ด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมทั้งสิ้น โดยเฉพาะปัจจัยด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นความมีเอกลักษณ์ ความต่อเนื่องยาวนานของประเพณี ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม ล้วนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทุกด้าน ทั้งด้านการมีเป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ และการตอบสนอง สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว คือการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ไม่ว่าจะเป็นเอกลักษณ์ ความงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์วิถีชีวิตของกลุ่มชนต่างๆ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของพัทธรณ ภมรานนท์ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งพบว่า ความสวยงาม และความเป็นที่นิยมของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมด้วย

สรุปผลการวิจัย

แหล่งวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต 3 ลำดับแรก เป็นแหล่งวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน ได้แก่ 1) โคกกลางชนะศึก 2) ศาลากลางจังหวัดภูเก็ตหลังเก่า และ 3) เรือนคนหบดี ในเขตอำเภอเมืองภูเก็ตโดยมีการให้ความเห็นเกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พบว่าด้านศักยภาพในการดึงดูดใจมีมาตรฐานภาพรวมในระดับสูง ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีมาตรฐานภาพรวมในระดับสูงมากและด้านการบริหารจัดการมีมาตรฐานภาพรวมในระดับปานกลาง

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ Generation Y ตอนกลาง (เกิดปี พ.ศ. 2533-2540) มีสถานะเป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยส่วนใหญ่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์กับเพื่อนๆ หรือเพื่อนร่วมงาน และนิยมไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเภทชุมชนท่องเที่ยว โดยรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อโฆษณาต่างๆ (สื่อสิ่งพิมพ์/ อินเทอร์เน็ต) และพบว่า ปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งหมด 2 ปัจจัย จากทั้งหมด 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และ 2) ปัจจัยด้านกายภาพ และการจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลวิจัยไปใช้

1. ใช้เป็นแนวทางในการต่อยอดประเด็นการศึกษา หรือใช้เป็นกรณีศึกษาในการจัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวและบริการทางศิลปวัฒนธรรมในอนาคต
2. ใช้เป็นข้อมูลประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของมาตรฐานคุณภาพ และสามารถจัดโครงการ/ กิจกรรม เพื่อพัฒนามาตรฐานคุณภาพด้านต่างๆ ให้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
3. ใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา หรือสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมของบุคลากร/ องค์กร ในการกำกับดูแลการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ตให้เกิดเป็นรูปธรรม และส่งเสริมให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานในทิศทางเดียวกัน ในระดับพื้นที่
4. นำข้อมูลผลการศึกษาระดับการมีอิทธิพลที่มีนัยยะสำคัญทางสถิติไปใช้ในการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงลึก

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงแนวทางในการพัฒนา และผลักดันให้เกิด ระเบียบ กฎหมาย เพื่อควบคุมมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในระดับมหภาค
2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทธีมปาร์ค (Theme park) ซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้น และมีการประยุกต์เอาศิลปวัฒนธรรมไปเกี่ยวข้อง
3. ควรศึกษาเพิ่มเติม ถึงแนวโน้ม ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต ในช่วงวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)
4. ควรศึกษาปัญหา อุปสรรคของทั้งผู้ประกอบการและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนากระบวนการจัดการท่องเที่ยวและการบริการด้านศิลปวัฒนธรรม
5. ควรศึกษาปัจจัยด้านมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแบบเฉพาะเจาะจง ในรายแหล่งท่องเที่ยว หรือรายพื้นที่ที่มีความสำคัญด้านการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). *โครงการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย*. กรุงเทพฯ: บริษัท แบรินด์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช จำกัด.
- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี, คมกริช ศรีไพรงาม, และ ลลิตภัทร สร้างถิ่น. (2561). ปัจจัยด้านคุณภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออรรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่น. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 7(1), 1-8.
- เฉลิมพล จตุพร. (2564). *ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- นิรชา เขียมชะโอด. (2563). *การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค Generation Y ในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- บริษัท เอฟพีเน็ต จำกัด. (2559). *รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) โครงการทิศทางการพัฒนา ท่องเที่ยวของประเทศไทยใน ระยะ 10 ปี*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)*. กรุงเทพฯ: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ และ ประสพชัย พสุนนท์. (2559). *กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับกาวิจัยเชิงคุณภาพ*. *วารสาร ปารีชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 29(2), 31-48.
- พัทธมน ภมรนนท์. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- วนิดา เลิศพิพัฒนานนท์. (2561). *รูปแบบพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนไทย Gen Y Thai Gen Y People' Travelling Behavior and Motivation Patterns*. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12, 134-149.
- สุธาสิณี วิทยาภรณ์, ตูลา ไชยาศิริรินทร์โรจน์, และ รุจิภา สิ้นสมบูรณ์ทอง. (2564). *แนวทางพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ ย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต*. *วารสารวิชาการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*, 7(1), 180-188.
- อนุชิต ไกรวิจิตร. (2562). *ภาพรวมรายได้การท่องเที่ยวรายจังหวัด ครึ่งปี 2562*. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/tourism-revenue-2019/>
- อััจฉิมา หนูคง, ไพบุลย์ ดวงจันทร์, ฉันทัส ทองช่วย, และ มัณฑนา นวลเจริญ. (2559). *การจัดการพิพิธภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์เพื่อ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต*. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 10(2), 179-197.
- ไอลดา โคมอินทร์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจีนในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- Cochran, W. G. (1963). *Sampling Technique*. New York: John Wiley and Sons.
- Pakpum Kowisuth. (2015). *Factors influence hotel selection of tourist travelling with children in Phuket* (Master's Thesis). Prince of Songkhla University, Phuket.
- THE MODERNIST. (2566). *ท่องเที่ยวยั่งยืน เทรนด์ใหม่ของคนเจน Y - Z*. สืบค้นจาก <https://themodernist.in.th/sustainable-tourism-a-new-trend-for-gen-y-z-people/>

อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว สู่อการสร้าง Soft Power ของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

Identity of Local Food Tourism: A Case Study of Khao Pun Nam Nua Towards Creating Soft Power of Renu Nakhon District, Nakhon Phanom Province

รัชพล กิตติอมรพงศ์¹ ณภัทร คำแก้ว¹ เมษาวิน พลโยธี²

Ratchapol Kittiamornpong¹ Napat Kamkaew¹ Maythawin Polnyotee²

Corresponding Author's Email: maytpo@kku.ac.th

(Received: December 6, 2023; Revised: April 27, 2024; Accepted: May 2, 2024)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวสู่อการสร้าง Soft Power ของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและประเมินศักยภาพของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว 2) วิเคราะห์คุณค่าและอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว 3) นำเสนอแนวทางการสร้าง Soft Power การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม ทั้งนี้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นการเลือกแบบเจาะจงบุคคลที่มีประสบการณ์และมีส่วนเกี่ยวข้องกับอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว ได้แก่ นักท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และผู้ให้ข้อมูลหลักเชิงคุณภาพ คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่นและหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) สถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ประสบปัญหาทางด้านวิกฤตเศรษฐกิจและสถานการณ์โควิด-19 ทำให้วัตถุดิบมีราคาที่สูงขึ้น ส่งผลให้อาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวขายได้ลดลง 2) ทางด้านคุณค่าและอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น สามารถแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอำเภอเรณูนครที่เด่นชัดในเรื่องข้าวปุ้นน้ำนัวเรณูที่มีเอกลักษณ์รสชาติที่โดดเด่น และ 3) แนวทางการสร้าง Soft Power การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว ได้แก่ 3.1) ควรมีการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นอาหารพื้นถิ่นที่เด่นชัดขึ้น 3.2) มีการกำหนดมาตรฐานความสะอาดของอาหาร 3.3) พัฒนาอัตลักษณ์ข้าวปุ้นน้ำนัวเรณูให้สามารถสื่อความหมายเป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวประจำจังหวัดนครพนม 3.4) ควรมีการดำเนินการประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมชุมชนให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน โดยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นแก่นักท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ในส่วนของคุณภาพหรืออาหารท้องถิ่น รวมทั้งเพิ่มศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่น รวมถึงผู้ให้บริการการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ ข้าวปุ้นน้ำนัวเรณู การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ซอฟต์พาวเวอร์

Abstract

This research was a study on the identity of local food tourism a case of Khao Pun Nam Nua towards creating soft power of Renu Nakhon District, Nakhon Phanom Province. The objectives are 1) to study the current situation and evaluate the potential of the identity of local food tourism in the category of Khao Pun Nam Nua 2) to analyze the value and identity of local food tourism in the category of Khao Pun Nam Nua 3) to guide about creating Soft Power of local food tourism, type of

¹ นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² อาจารย์ประจำสาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

¹ Bachelor of Business Administration student, Major in Tourism Industry Management, Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

² Lecturer, Tourism Industry Management, Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

Khao Pun Nam Nua. In this regard, the method of selecting the sample group and key-informants are a purposive selection of people who have experience and are involved with Khao Pun Nam Nua as a local food, consist of tourists and government agencies involved in tourism development and promotion. The quantitative sample group were 400 tourists, and the main qualitative key-informants were local food restaurant owners and government agencies, totaling 4 people.

The research results found that 1) the current situation of local foods tourism such as Khao Pun Nam Nua is decline because of the effect from the economic crisis and the COVID-19 situation, moreover the price of ingredient is increasing. 2) in term of identity and value of local food tourism, Khao Pun Nam Nua Renu which is the characterized taste, it can show the distinguished culture of Renu Na Khon Sub-district. 3) the guideline of Soft power creation in local food tourism for Khao Pun Nam Nua Renu are 3.1) using the local ingredient to present the distinguished local food 3.2) indicating the food standard 3.3) developing the local food identity to be the tourism interpretation of Nakhon Phanom 3.4) coordinating with the local agency to participate in tourism development while support potential of the local working sustainability in publicize local food tourism and local product to the tourist, and increasing the readiness and potential of local restaurant owner and tourism service staff to serve the tourist.

Keywords: Identity, Khao Pun Nam Nua Renu, local food tourism, soft power

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร การเรียนรู้ประสบการณ์ทางด้านอาหารในการชิมอาหารและเครื่องดื่ม ผสมผสานการเชื่อมโยงวัฒนธรรม ประเพณี หรือประวัติศาสตร์ เป็นหนึ่งปัจจัยที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวศึกษาวัฒนธรรมการกินอาหารในพื้นที่ต่างๆ นอกจากนี้ ผลของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยว เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น คนในชุมชนท้องถิ่นมีรายได้มากขึ้น และการท่องเที่ยวเชิงอาหารเติบโตเป็นอย่างมาก ซึ่งเทคโนโลยีสื่อออนไลน์เป็นส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมการสืบค้นข้อมูล สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เช่น เส้นทางท่องเที่ยวชิมอาหาร แหล่งผลิตอาหารที่เป็นต้นฉบับร้านอาหาร แนะนำเมนูแนะนำท้องถิ่น

แนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย เน้นการนำทรัพยากรที่มีในพื้นที่มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า และมีความยั่งยืน รวมทั้งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ที่เป็นเจ้าของพื้นที่ “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร” จึงนับเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้นคือหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว หรือกล่าวได้ว่าอาหารเป็นองค์ประกอบหลักของกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้วยการนำเสนอเอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมทั้งก่อให้เกิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวได้ และยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (Herrera, Herranz and Arilla, 2012; ภัทรพร พันธุ์, 2558) จากสถิติพบว่านักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มค่อนข้างสูง คิดเป็น 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายที่แหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด และมักจะค้นหาอาหารท้องถิ่นระหว่างการเดินทาง อย่างเช่น นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีพฤติกรรมการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยการลดค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าลงหันมาเพิ่มการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มของท้องถิ่น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

Soft Power เป็นแนวคิดเกี่ยวกับอำนาจในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ศาสตราจารย์โจเซฟ ไนย์ (Joseph S. Nye) อาจารย์มหาวิทยาลัยฮาร์เวิร์ด ได้อธิบายไว้ว่า “Soft Power” (อำนาจละมุน) หมายถึง ความสามารถในการชักจูงใจ ทำให้ผู้อื่น

มีความพึงพอใจหรือเต็มใจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ยอมรับ คล้อยตามสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้อำนาจ โดยกลไกหลักที่สำคัญในการใช้ Soft Power คือ การสร้างความดึงดูดใจต่อผู้อื่น และผลจากการใช้ Soft Power ต้องเกิดจากการดึงดูดใจที่ชักจูงให้คล้อยตามโดยปราศจากการคุกคามหรือการแลกเปลี่ยนสิ่งใด (สุภาพิษฐ์ ธีระวัฒน์, 2565)

สำหรับประเทศไทยนั้นมีวัฒนธรรมซึ่งเป็นแหล่งที่มาของ Soft Power ที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในต่างประเทศ เช่น นาฏศิลป์ไทย อาหารไทย มวยไทย และภาพยนตร์ไทย ซึ่งรัฐบาลไทยมีนโยบาย ในการผลักดัน “Soft Power” ความเป็นไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ 5 F ได้แก่ อาหาร (Food) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) ผ้าไทย และการออกแบบแฟชั่น (Fashion) มวยไทย (Fighting) และเทศกาลประเพณี (Festival) สูระดับโลก เพื่อช่วยสร้างรายได้และภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ (กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2566)

อำเภอเรณูนคร เดิมชื่อเมืองเวหรืออีกชื่อหนึ่งเรียกว่า บ้านดงหวายสายบ่อแก เป็นถิ่นที่อยู่ของชาวภูไท(ผู้ไท) กลุ่มใหญ่ มีเจ้าเมืองปกครองตลอดมาจนถึงแผ่นดินสมเด็จพระนเรศวรมหาราชเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 จึงยกฐานะจากเมืองเป็นอำเภอเรณูนคร ที่ยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นไว้เป็นอย่างดี อาทิ ธรรมเนียมการต้อนรับด้วยการบายศรีสู่ขวัญ การเลี้ยงอาหารแบบพาแลง (ข้าวมือเย็น) การดูอุหรือดวลอุ (เหล้าหมักในไห) การพ้อนรำผู้ไท การทำและบริโภคข้าวบูน ข้าวบูนน้ำนั้นเป็นอาหารพื้นถิ่นที่มีชื่อเสียงของอำเภอเรณูนคร และเป็นที่ยึดถือในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และข้าวบูนน้ำนั้น เป็นอาหารที่ชาวภูไทเรณูนครได้คิดค้นขึ้นมา จึงเรียกได้ว่าเป็นอาหารพื้นถิ่นของอำเภอเรณูนคร รวมไปถึงการใช้ข้าวที่ปลูกเองในท้องถิ่น น้ำกะปิและน้ำปลาทำมีกรรมวิธีการทำที่เป็นสูตรเฉพาะของชาวภูไท อีกทั้งยังมีการอนุรักษ์ด้วยการสืบทอดกรรมวิธีการทำให้แก่ผู้คนในชุมชนเช่นกัน

ข้าวบูนน้ำนั้นเป็นที่รู้จักแพร่หลายเฉพาะในพื้นที่ แต่ยังคงขาดการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวต่างพื้นที่ และขาดการส่งเสริมอย่างจริงจังจากหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น และจังหวัด ที่ควรนำอัตลักษณ์ทางด้านอาหารนี้ไปเป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารแก่นักท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่

ดังนั้นจึงส่งผลให้ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นจังหวัดนครพนม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์และคุณค่าของข้าวบูนน้ำ นำไปสู่แนวทางการสร้าง Soft Power การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวบูนน้ำ อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม และของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและประเมินศักยภาพของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ประเภทข้าวบูนน้ำ อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม
2. เพื่อวิเคราะห์คุณค่าและอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวบูนน้ำ อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการสร้าง Soft Power การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวบูนน้ำ อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวบูนน้ำ ผู้สร้าง Soft Power การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวบูนน้ำ อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วยการศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวบูนน้ำ ผู้วิจัยได้มีการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบัน และประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้น

ถิ่นประเภทข้าวบูนน้ำนัว เพื่อนำเสนอแนวทางการสร้าง Soft Power การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวบูนน้ำนัว อำเภอ
เรณูนคร จังหวัดนครพนม

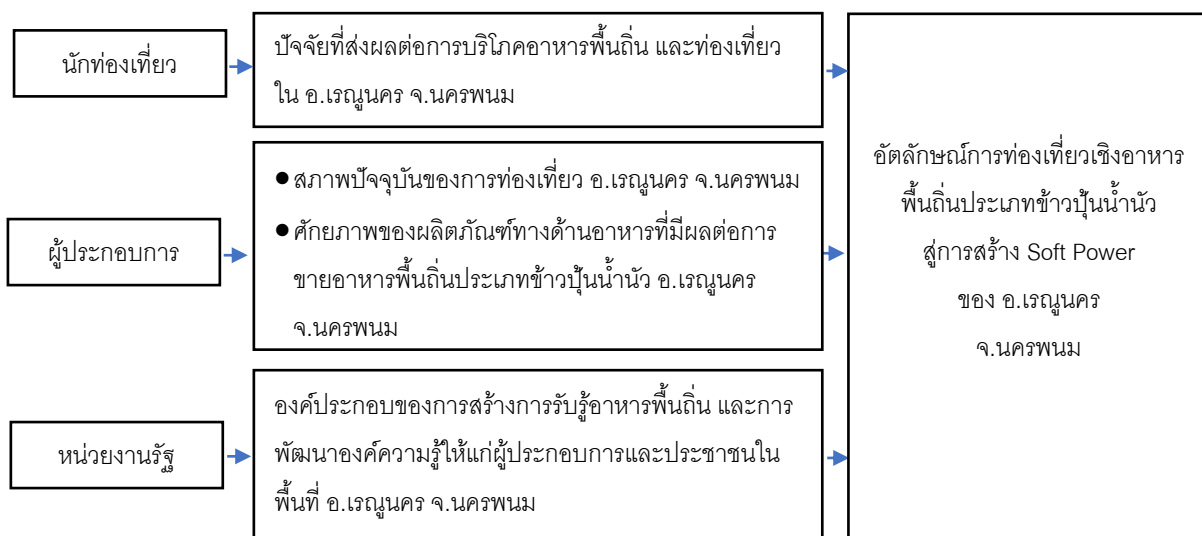
ขอบเขตด้านพื้นที่ เขตตำบลเรณูนคร อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม



ภาพที่ 1: แผนที่อำเภอเรณูนคร

ขอบเขตด้านประชากร 1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเรณูนคร จำนวน 400 คน (คำนวณโดยใช้สูตร Cochran (Cocharan,1953)) 2) ผู้ประกอบการอาหารพื้นถิ่นในอำเภอเรณูนคร และ 3) หน่วยงานของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม จำนวน 4 คน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2: กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ซึ่งเป็นการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและน่าเชื่อถือมากที่สุดซึ่ง
มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลัก

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม และผู้ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวและรับประทานอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม แต่ด้วยไม่ทราบจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตร Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่คลาดเคลื่อน 5% คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรดังกล่าวได้จำนวนทั้งหมด 400 คน

1.2 ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่น และหน่วยงานภาครัฐ จำนวนทั้งหมด 4 คน ประกอบด้วย 1) ร้านขนมจีนพิสมัย - แต้ะ เรณูนคร 2) ร้านขนมจีนพูนสิน 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครพนม และ 4) สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเรณูนคร เหตุผลในการเลือกผู้ประกอบการ เนื่องจากมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยว

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ Primary Data ได้แก่ ข้อมูลจากการศึกษาภาคสนาม โดยการใช้แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม และผู้ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวและรับประทานอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม จำนวนทั้งหมด 400 คน และผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่น และหน่วยงานภาครัฐ จำนวนทั้งหมด 4 คน ประกอบด้วย 1) ร้านขนมจีนพิสมัย - แต้ะ เรณูนคร 2) ร้านขนมจีนพูนสิน 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครพนม และ 4) สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเรณูนคร ที่กำหนดไว้ในขอบเขตการศึกษามารวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ Secondary Data ข้อมูลส่วนนี้ผู้วิจัยได้จากการศึกษารวบรวมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต และจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อมาจัดหมวดหมู่ข้อมูล จัดลำดับความสำคัญของข้อมูล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

3.1.1 การสัมภาษณ์ (Interview) การเตรียมคำถามสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า โดยกำหนดประเด็นคำถามที่กว้าง มีการตั้งแนวหัวข้อการสัมภาษณ์ (Interview Guide) ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดและปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ได้ ซึ่งจะช่วยให้การสัมภาษณ์มีความยืดหยุ่น ดังนั้น ผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์จึงจะมีอิสระในการถามและตอบ ในการเก็บข้อมูลจะมีการสัมภาษณ์จะมีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ 1) ร้านขนมจีนพิสมัย - แต้ะ เรณูนคร 2) ร้านขนมจีนพูนสิน 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครพนม 4) สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเรณูนคร จำนวน 4 คน

3.1.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม และผู้ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวและรับประทานอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว จำนวน 400 คน

3.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.2.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญให้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยวิเคราะห์ข้อคำถามและพิจารณาประเมินค่าการให้คะแนนเพื่อตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย IOC (Item Objective Congruence Index)

เมื่อได้รับผลการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยคะแนน IOC ของแบบสอบถามนักท่องเที่ยวเท่ากับ 0.77 คะแนน แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่เท่ากับ 0.83 คะแนน และแบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเท่ากับ 0.93 คะแนน จึงทำการปรับปรุงพัฒนาแก้ไขแบบสอบถามให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้นตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

3.2.2 ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามไม่ต่ำกว่า 0.7

โดยผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูล (try out) กับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการในพื้นที่ และหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวในอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม จำนวน 40 ชุด โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนักท่องเที่ยวเท่ากับ 0.93 โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถามใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกของพื้นที่และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ และนำข้อมูลที่ได้มาจัดกระทำเป็นระบบ แยกแยะองค์ประกอบ รวมทั้งเชื่อมโยงหาความสัมพันธ์ ของข้อมูล

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายคุณลักษณะหรือรายละเอียดของกลุ่มที่ได้ศึกษา เช่น ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อให้ทราบผลนำมาวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ด้วยการแจกแจงความถี่ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งจะวิเคราะห์ผลเป็น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth interview) สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่น และหน่วยงานภาครัฐ จำนวนทั้งหมด 4 คน สามารถสรุปผลวิเคราะห์โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 สถานการณ์ปัจจุบัน ศักยภาพ คุณค่าของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม มีปัญหาในด้านการจำหน่ายอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว เนื่องจากประสบปัญหาเศรษฐกิจที่ไม่ดีหลังวิกฤติการณ์โควิด-19 ค่าวัตถุดิบที่ราคาที่สูงขึ้น ส่งผลให้อาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวขายได้ยาก ถึงอย่างไร ณ ปัจจุบันก็ไม่มีปัญหาใดๆ ในการด้านการผลิตนอกเสียจากปัญหาเรื่องวัตถุดิบที่มีราคาที่สูงขึ้นดังที่กล่าว และในด้านปัญหาอื่นๆ คือการเข้าช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์จากทางภาครัฐ และการสนับสนุนต่างๆ เช่นกัน

1.2 ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว ข้าวปุ้นน้ำนัวนั้นเป็นอาหารพื้นถิ่นที่มีชื่อเสียงของอำเภอเรณูนคร และเป็นที่รู้จักในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และข้าวปุ้นน้ำนัว เป็นอาหารที่ชาวภูไทเรณูนครได้คิดค้นขึ้นมา จึงเรียกได้ว่าเป็นอาหารพื้นถิ่นของอำเภอเรณูนคร รวมไปถึงการใช้ข้าวที่ปลูกเองในท้องถิ่น น้ำกะปิและน้ำปลาร้ามีกรรมวิธีการทำที่เป็นสูตรเฉพาะของชาวภูไท อีกทั้งยังมีการอนุรักษ์ด้วยการสืบทอดกรรมวิธีการทำให้แก่ผู้คนในชุมชนเช่นกัน

1.3 คุณค่าและอัตลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

1.3.1 ด้านคุณค่าทางเอกลักษณ์ เป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์และมีเฉพาะพื้นที่และความแตกต่าง เช่น รสชาติของอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นซึ่งจะไม่น่าให้เลือกเพียงสองรส คือน้ำกะปิ และน้ำปลาร้า ไม่มีเนื้อสัตว์ และสามารถปรุงพริกป่น น้ำตาล หน้าปลาได้ตามชอบ วัตถุดิบที่ใช้ประกอบการทำอาหารจะเป็นขนมจีนเส้นสด กินกับผักลวกพื้นบ้าน

เช่น ผักก้านจอบ ผักบุ้ง กะหล่ำปลี เป็นต้นกับอาหารพื้นถิ่นในวัฒนธรรมและประเพณีอื่น รวมถึงมีความแตกต่างกับอาหารพื้นถิ่นของพื้นที่เช่นกัน

1.3.2 ด้านคุณค่าทางความหายาก เป็นอาหารที่หารับประทานได้ยาก มีเฉพาะชุมชนและพื้นที่นี้ มีวิธีการทำที่สืบทอดต่อกันมารุ่นสู่รุ่นเป็นอย่างดี แต่ในด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงยังมีความคล้ายคลึงกับอาหารพื้นถิ่นของพื้นที่อื่นอยู่บ้าง

1.3.3 ด้านคุณค่าทางเศรษฐกิจ สามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้คนในชุมชนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นอาหารพื้นถิ่นที่มีชื่อเสียงของอำเภอเรณูนคร และสามารถนำมาแปรรูปเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจภายในชุมชนได้หลากหลายรูปแบบ อีกทั้งยังนำมาเพิ่มมูลค่าจากการปรุงด้วยวัตถุดิบชนิดอื่นได้อีกเช่นกัน

1.3.4 ด้านคุณค่าทางการศึกษา มีคุณค่าแก่การสนับสนุนถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อการอนุรักษ์ให้คงอยู่เป็นอย่างสูง และควรค่าแก่สนับสนุนให้มีการเข้าถึงในด้านการศึกษาอาหารพื้นถิ่นแก่คนในชุมชน นักเรียน นักศึกษาและนักท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากแต่ก่อนที่คนในชุมชนมองว่าไม่มีความสำคัญอย่างไรในการที่จะศึกษา หรือสืบทอด

1.3.5 ด้านคุณค่าทางสังคม แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและสังคมความเป็นอยู่ของผู้คนในอดีต ในเรื่องราวต่างๆ เช่น ชีวิตความเป็นอยู่ในสมัยอดีต ภูมิปัญญาชาวบ้านในการนำข้าวมาแปรรูปเป็นแป้ง และนำมาปรุงเป็นอาหารประเภทเส้น ซึ่งก็คือข้าวบูนน้ำนัว เป็นต้น และแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นจากการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นอย่างเด่นชัด แต่แสดงให้เห็นถึงสิ่งแวดล้อมและวิถีการดำรงชีวิตของผู้คนในอดีตได้ไม่เด่นชัดมากพอ

1.3.6 ด้านการผลิต อาหารสามารถสื่อถึงความเป็นพื้นถิ่นได้เป็นอย่างดี มีวิธีการประกอบอาหารที่สืบทอดมาแต่ดั้งเดิมที่ชัดเจน และมีกรรมวิธีการทำที่มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย แต่ยังคงการใช้วัตถุดิบที่สื่อถึงความเป็นพื้นถิ่นที่ยังไม่มากพอ

1.3.7 ด้านการบริโภค อาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวบูนน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม มีรสชาติที่ดีที่เส้นขนมจีนทำมาจากแป้งข้าวเจ้าที่ปลูกในพื้นที่ กอปรกับการปรุงน้ำยาที่กลมกล่อมที่เรียกว่าน้ำกะปิ และน้ำปลาร้าที่ไม่ต้องใส่เนื้อสัตว์แต่อย่างใด รับประทานกับผักลวก เช่น ผักก้านจอบ ผักบุ้ง และผักกะหล่ำ ควรค่าแก่การบริโภคเป็นอย่างมาก และสร้างคุณค่าการจดจำรสชาติของอาหารและการรับรู้ถึงวัตถุดิบที่นำมาใช้ทำอาหาร และมีขั้นตอนวิธีการบริโภคที่ถูกสุขลักษณะ แต่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ยังไม่ครบตามหลัก 5 หมู่ เนื่องจากสารอาหารส่วนใหญ่จะมีเพียงคาร์โบไฮเดรตและวิตามินจากเส้นข้าวบูน และผักเท่านั้น

1.3.8 ด้านการควบคุมการจัดการ มีการกำหนดมาตรฐานด้านรสชาติของอาหารที่ยังไม่คงที่ รวมถึงการกำหนดมาตรฐานด้านโภชนาการ และการกำหนดมาตรฐานความสะอาดที่ยังขาดความคงที่และสม่ำเสมอในแต่ละสถานประกอบการ

1.3.9 ด้านการสร้างภาพตัวแทน อาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวบูนน้ำนัวสามารถเป็นตัวแทนทางภูมิปัญญาด้านอาหารพื้นถิ่นของอำเภอเรณูนครได้เป็นอย่างดี และสามารถเป็นตัวแทนทางการท่องเที่ยวอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนมได้ แต่ ณ ปัจจุบันยังไม่มีความโดดเด่นที่มากพอจะสามารถสื่อความหมายเป็นสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมได้

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative research)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม และผู้ที่มีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวและรับประทานอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวบูนน้ำนัว อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม จำนวนทั้งหมด 400 คน ผู้วิจัยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

2.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศชาย	216	54
อายุ 20 – 29 ปี	302	75.5
สถานภาพโสด	319	79.75
ระดับการศึกษาปริญญาตรี	228	57
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท	121	30.25
ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	329	82.25

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท และ ภูมิลำเนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.2 ตอนที่ 2 ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการเดินทางและตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวในอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการเดินทางและตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวในอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการเดินทางและตัดสินใจบริโภคอาหารพื้นถิ่น	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางกับเพื่อน	179	44.75
เดินทางโดยรถส่วนตัว	347	86.75
วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเพื่อบริโภคเอง	254	63.5
ผู้มีอิทธิพลในการเดินทาง คือ ครอบครัว	159	39.75
สถานที่ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพล คือ วัดพระธาตุพนม	245	61.25
ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อครั้งอยู่ที่ 51 – 100 บาท	138	34.5
ความถี่ในการบริโภค คือ มากกว่า 3 ครั้ง	173	43.25

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน วิธีการเดินทาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางโดยรถส่วนตัว วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อบริโภคเอง ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้มีอิทธิพลคือครอบครัว สถานที่ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลในการเดินทาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลคือวัดพระธาตุพนม ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายอยู่ที่ 51 – 100 บาท และความถี่ในการบริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่มากกว่า 3 ครั้ง

2.3 ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

ตารางที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

ความคิดเห็นต่อคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านคุณค่าทางเอกลักษณ์	4.25	มากที่สุด
ด้านคุณค่าทางความหายาก	4.11	มาก
ด้านคุณค่าทางเศรษฐกิจ	4.32	มากที่สุด
ด้านคุณค่าทางการศึกษา	4.31	มากที่สุด
ด้านคุณค่าทางสังคม	4.16	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นต่อคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม ภาพรวมของคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีคะแนนสูงที่สุดคือ ด้านคุณค่าทางเศรษฐกิจ (4.32) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านคุณค่าทางการศึกษา (4.31) ด้านคุณค่าทางเอกลักษณ์ (4.25) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านคุณค่าทางสังคม (4.16) อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ด้านที่มีคะแนนน้อยที่สุด คือ ด้านคุณค่าทางความหายาก (4.11) อยู่ในระดับมาก

2.4 ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

ตารางที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านการผลิต	4.20	มาก
ด้านการบริโภค	4.13	มาก
ด้านการควบคุมจัดการ	3.80	มาก
ด้านการสร้างภาพตัวแทน	4.13	มาก

จากตารางที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีคะแนนสูงที่สุดคือ ด้านการผลิต หมายถึง การผลิต หมายถึง การนำเอาปัจจัยการผลิตอันได้แก่ ที่ดิน ทุน แรงงาน และความสามารถในการประกอบการมาผ่านกระบวนการอย่างใดอย่างหนึ่ง ภาย (4.20) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการบริโภค หมายถึง การใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ และด้านการสร้างภาพตัวแทน หมายถึง การมีบุคคลอื่นที่สามารถสะท้อนมุมมองของวัตถุประสงค์ที่ต้องการแสดงออกไปได้มากขึ้น (4.13) ซึ่งทั้งสองด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ด้านที่มีคะแนนน้อยที่สุด คือ ด้านการควบคุมจัดการ หมายถึง กระบวนการวัดและแก้ไข การปฏิบัติงานของผู้ได้ บังคับบัญชาและเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดแผน การดำเนินการตามแผน และการประเมินแผน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (3.80) อยู่ในระดับมาก

3. แนวทางการสร้าง Soft Power การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

แนวทางการสร้าง Soft Power การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว ได้แก่ 1) ควรมีการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นอาหารพื้นถิ่นที่เด่นชัดขึ้น 2) มีการกำหนดมาตรฐานความสะอาดของอาหาร 3) พัฒนาอัตลักษณ์ข้าวปุ้นน้ำนัวเรณูนครให้สามารถสื่อความหมายเป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวประจำจังหวัดนครพนม 4) ควรมีการดำเนินการประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมชุมชนให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน โดยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นแก่นักท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ในส่วนของสินค้าหรืออาหารท้องถิ่น รวมทั้งเพิ่มศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่นรวมถึงผู้ให้บริการการท่องเที่ยว

อภิปรายผล

คณะผู้วิจัยได้แบ่งการอภิปรายออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. สถานการณ์ปัจจุบันและศักยภาพของอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

สถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม โดยการลงพื้นที่และดำเนินการสัมภาษณ์ พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม มีปัญหาในด้านการจำหน่ายอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว เนื่องจากประสบปัญหาเศรษฐกิจที่ไม่ดีหลังวิกฤติการณ์โควิด-19 ค่าวัตถุดิบที่ราคาที่สูงขึ้น ส่งผลให้อาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวขายได้ยาก ถึงอย่างไร ณ ปัจจุบันก็ไม่มีปัญหาใดๆ ในการดำเนินการผลิตนอกเสียจากปัญหาเรื่องวัตถุดิบที่มีราคาที่สูงขึ้นดังที่กล่าว และในด้านปัญหาอื่นๆ คือการเข้าช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์จากทางภาครัฐ และการสนับสนุนต่างๆ เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ จิราภรณ์ พรหมเทพ และ คุษฎี ช่วยสุข (2565) ที่มีการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนอาจสามารถจังหวัดนครพนมว่าแนวทางการส่งเสริมศักยภาพควรได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การสร้างการบอกต่อเรื่องราวแก่นักท่องเที่ยว (Story telling) และข้าวปุ้นน้ำนัว เป็นอาหารที่ชาวภูไทเรณูนครได้คิดค้นขึ้นมา จึงเรียกได้ว่าเป็นอาหารพื้นถิ่นของอำเภอเรณูนคร รวมไปถึงการใช้ข้าวที่ปลูกเองในท้องถิ่น น้ำกะปิและน้ำปลาที่มีกรรมวิธีการทำที่เป็นสูตรเฉพาะของชาวภูไท อีกทั้งยังมีการอนุรักษ์ด้วยการสืบทอดกรรมวิธีการทำให้แก่ผู้คนในชุมชนเช่นกัน

2. คุณค่าและอัตลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวสู่การสร้าง Soft Power ของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม ภาพรวมทั้งหมด 5 ด้าน เมื่อพิจารณาผลของแต่ละด้าน สามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

2.1 ด้านคุณค่าทางเอกลักษณ์ เป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์และมีเฉพาะพื้นที่และความแตกต่างกับอาหารพื้นถิ่นในวัฒนธรรมและประเพณีอื่น รวมถึงมีความแตกต่างกับอาหารพื้นถิ่นของพื้นที่เช่นกัน สุนิ ศักดาเดช (อ้างถึงใน พระอธิการสุฤษี มหายโส (ฉัตรทอง), อุดมลักษณ์ ระพีแสง และ จำลอง แสนแสนะ, 2566) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น 9 ปัจจัย ได้แก่ 1) วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร เป็นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น 2) วิธีการปรุง เป็นวิธีการที่ทำได้ง่ายไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน 3) วิธีการรับประทานที่คล้ายคลึงกัน แต่หากท้องถิ่นหนึ่งมีวิธีการที่แตกต่างก็นับว่าเป็นอาหาร เฉพาะท้องถิ่นนั้น 4) ลักษณะทางภูมิประเทศ 5) ลักษณะภูมิอากาศ 6) การย้ายถิ่น และนำเอาวัฒนธรรม ตามไปใช้ในแหล่งที่อยู่อาศัยใหม่ 7) ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี 8) ความเปลี่ยนแปลงของครอบครัว และ 9) การเจริญสัมพันธ์ไมตรีกับต่างประเทศ

2.2 ด้านคุณค่าทางความหายาก เป็นอาหารที่หารับประทานได้ยาก มีเฉพาะชุมชนและพื้นที่นี้ มีวิธีการทำที่สืบทอดต่อกันมารุ่นสู่รุ่นเป็นอย่างดี แต่ในด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงยังมีความคล้ายคลึงกับอาหารพื้นที่ของพื้นที่อื่นอยู่บ้าง

2.3 ด้านคุณค่าทางเศรษฐกิจ สามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้คนในชุมชนได้เป็นอย่างดี เช่นเดียวกับกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีศักยภาพในการสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่มกอบกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร (2560) กล่าวว่า เนื่องจากเป็นอาหารพื้นถิ่นที่มีชื่อเสียงของอำเภอเรณูนคร และสามารถนำมาแปรรูปเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจภายในชุมชนได้หลากหลายรูปแบบ อีกทั้งยังนำมาเพิ่มมูลค่าจากการปรุงด้วยวัตถุดิบชนิดอื่นได้อีกเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับที่เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561) ได้กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นทางเลือกใหม่ที่มีบทบาทมากขึ้น ในการกระตุ้นให้อาหารเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลักที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวเชิงอาหารก็ยังเป็นมุมสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของไทยในแต่ละพื้นที่ อีกทั้ง ยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนต่างๆ ในท้องถิ่น

2.4 ด้านคุณค่าทางการศึกษา มีคุณค่าแก่การสนับสนุนถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อการอนุรักษ์ให้คงอยู่เป็นอย่างดี และควรค่าแก่สนับสนุนให้มีการเข้าถึงในด้านการศึกษาอาหารพื้นถิ่นแก่คนในชุมชน นักเรียน นักศึกษาและนักท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากแต่ก่อนที่คนในชุมชนมองว่าไม่มีความสำคัญอย่างไรในการที่จะศึกษา หรือสืบทอด

2.5 ด้านคุณค่าทางสังคม แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและสังคมความเป็นอยู่ของผู้คนในอดีตได้เป็นอย่างดี และแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นจากการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นอย่างเด่นชัด แต่แสดงให้เห็นถึงสิ่งแวดล้อมและวิธีการดำรงชีวิตของผู้คนในอดีตได้ไม่เด่นชัดมากพอ การเปลี่ยนแปลงในอดีตจนถึงปัจจุบันเรื่องการท่องเที่ยวต่างยอมรับว่าปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิด ความต้องการท่องเที่ยว รวมถึงการเรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมของผู้บริโภคในท้องถิ่น ได้เริ่มต้นเมื่อนักท่องเที่ยวมีการเดินทางบริโภค อาหารจึงมีส่วนเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

2.6 ด้านการผลิต อาหารสามารถสื่อถึงความเป็นพื้นถิ่นได้เป็นอย่างดี มีวิธีการประกอบอาหารที่สืบทอดมาแต่ดั้งเดิมที่ชัดเจน และมีกรรมวิธีการทำที่มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย แต่ยังคงการใช้วัตถุดิบที่สื่อถึงความเป็นพื้นถิ่นที่ยังไม่มากพอ

2.7 ด้านการบริโภค อาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม มีรสชาติที่ดีควรค่าแก่การบริโภคเป็นอย่างมาก และมีขั้นตอนวิธีการบริโภคที่ถูกสุขลักษณะ แต่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ยังไม่ครบตามหลัก 5 หมู่ เนื่องจากสารอาหารส่วนใหญ่จะมีเพียงคาร์โบไฮเดรตและวิตามินจากเส้นข้าวปุ้นและผักเท่านั้น

2.8 ด้านการควบคุมการจัดการ มีการกำหนดมาตรฐานด้านรสชาติของอาหารที่ยังไม่คงที่ รวมถึงการกำหนดมาตรฐานด้านโภชนาการ และการกำหนดมาตรฐานความสะอาดที่ยังขาดความคงที่และสม่ำเสมอในแต่ละสถานประกอบการ

2.9 ด้านการสร้างภาพตัวแทน อาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวสามารถเป็นตัวแทนทางภูมิปัญญาด้านอาหารพื้นถิ่นของอำเภอเรณูนครได้เป็นอย่างดี และสามารถเป็นตัวแทนทางการท่องเที่ยวอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนมได้ แต่ ณ ปัจจุบันยังไม่มีความโดดเด่นที่มากพอจะสามารถสื่อความหมายเป็นสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมได้

3. แนวทางการสร้าง Soft Power การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม ได้แก่ 1) ควรมีการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นอาหารพื้นถิ่นที่เด่นชัดขึ้น 2) มีการกำหนดมาตรฐานความสะอาดของอาหาร 3) พัฒนาอัตลักษณ์ข้าวปุ้นน้ำนัวเรณูให้สามารถสื่อความหมายเป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวประจำจังหวัดนครพนม 4) ควรมีการดำเนินการประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมชุมชนให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน โดยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นแก่นักท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ในส่วนของสินค้าหรืออาหารท้องถิ่น รวมทั้งเพิ่มศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่นรวมถึงผู้ให้บริการการท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของวิมลรักษ์ ศานติธรรม (2565) เรื่อง Soft Power พลัสแห่งการสร้างสรรค์ ว่าบทบาทในการส่งเสริม Soft Power คือ ต้องมีสร้างความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนทุกคน

สรุปผลการวิจัย

ความคิดเห็นต่อคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม พบว่า ภาพรวมของความคิดเห็นต่อคุณค่าของอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว ทั้ง 5 ด้าน คือ (4.23) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ ด้านคุณค่าทางเศรษฐกิจ (4.32) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านคุณค่าทางการศึกษา (4.31) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านคุณค่าทางเอกลักษณ์ (4.25) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านคุณค่าทางสังคม (4.16) อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ด้านที่มีคะแนนน้อยที่สุด คือ ด้านคุณค่าทางความหายาก (4.11) อยู่ในระดับมากที่สุด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม พบว่า ภาพรวมของความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว ทั้ง 4 ด้าน คือ (4.07) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ ด้านการผลิต (4.20) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการสร้างภาพตัวแทน (4.13) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการบริโภค (4.13) อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ด้านที่มีคะแนนน้อยที่สุด คือ ด้านการควบคุมจัดการ (3.80) อยู่ในระดับมากที่สุด

แนวทางการศึกษาอัตลักษณ์สู่การสร้าง Soft Power การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม

แนวทางการสร้าง Soft Power การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว ควรมีการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นอาหารพื้นถิ่นที่เด่นชัดขึ้น มีการกำหนดมาตรฐานความสะอาดของอาหาร พัฒนาอัตลักษณ์ข้าวปุ้นน้ำนัวเรณูให้สามารถสื่อความหมายเป็นสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวประจำจังหวัดนครพนม และควรมีการดำเนินการประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมชุมชนให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน โดยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นแก่นักท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ในส่วนของสินค้าหรืออาหารท้องถิ่น รวมทั้งเพิ่มศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่นรวมถึงผู้ให้บริการการท่องเที่ยว รวมไปถึง ผู้นำชุมชนควรมีการดำเนินการประสานงานแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน องค์กรบริหารส่วนตำบล เพื่อเขามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อที่จะให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมชุมชนให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างยั่งยืน โดยจะต้องคำนึงถึงความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมชุมชน รวมทั้งวางแผนและดำเนินการกิจกรรมการท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรจัดทำตลาด และสื่อการประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ยูทูบ รวมไปถึงการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ คู่มือการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ฯลฯ
2. ควรพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่นและผู้คนในชุมชน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้มีองค์ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น และอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว
3. หน่วยงานพัฒนาชุมชน ควรเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่นในพื้นที่ ได้แสดงความคิดเห็นและขอความร่วมมือในการส่งเสริมอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวจากหน่วยงานพัฒนาชุมชน
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความช่วยเหลือ และให้ความรู้ในการวางแผนการดำเนินการสร้าง Soft Power การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว สนับสนุนงบประมาณในการประชาสัมพันธ์และสื่อการตลาดให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัวของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2566). กระทรวงวัฒนธรรม เดินหน้าผลักดัน SOFT POWER ดึง “เบิร์ต-ธงไชย” ถ่ายทอดเสน่ห์วัฒนธรรมผ่านบทเพลง “พ็อนทั้งน้ำตา”. สืบค้นจาก <https://www.thaimediafund.or.th/020366-2/>
- กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร. (2560). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว* (ฉบับที่ 4). กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- จิราภรณ์ พรหมเทพ และ ดุษฎี ช่วยสุข. (2565). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนอาจสามารถจังหวัดนครพนม. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 17(59), 30-40.
- เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2561). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย. *วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 24(1), 103-116.
- พระอธิการสฤษดิ์ มหายโส (ฉัตรทอง), อุดมลักษณ์ ระพีแสง และจำลอง แสนเสนาะ. (2566). การสร้างความยั่งยืนทางอาหารท้องถิ่นของจังหวัดจันทบุรี. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี*, 17(3), 15-23.
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 8(2), 27-37.
- สุภาพิษฐ์ ธีระวัฒน์. (2565). Soft Power อำนาจละมุน. สืบค้นจาก <https://library.parliament.go.th/th/radio-script/rr2565-may7>.
- วิมลรักษ์ ศานติธรรม. (2565). Soft Power พลังแห่งการสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Herrera, C. F., Herranz, B. J., and Arilla, J. M. P. (2012). Gastronomy's importance in the development of tourism destinations in the world. Madrid, Spain.: World Tourism Organization. Retrieved form https://www.researchgate.net/publication/283579436_Gastronomy's_importance_in_the_development_of_tourism_destinations_in_the_world_Ref_Revista_Global_Report_on_Food_Tourism_AM_Reports_Volume_four_World_Tourism_Organization_UNWTO_2012_pp_6-9

อิทธิพลของรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น

Influences of Content Marketing on Tourism Decisions Making in Khon Kaen Province

พุทศศักดิ์ กำจร¹ กมลลันนท์ ชอปรักษ์จันทร์² พรนัชชา อภถม² ธันยมิกา สีหลง²
Putthasak Kumjorn¹ Kammalanon Choprukchan² Pornnatcha Opthom² Thanmika Silong²

Corresponding Author's Email: putthasak.ku@muti.ac.th

(Received: December 1, 2023; Revised: March 29, 2024; Accepted: April 18, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น และศึกษาการตลาดเชิงเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression)

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18 - 22 ปี มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทและภูมิลำเนาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์แอปพลิเคชันที่ใช้บ่อยมากที่สุด คือ Instagram ร้อยละ 38.80 โดยความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันส่วนใหญ่มากกว่า 7 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 65 ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ คือ มากกว่า 1.30 ชั่วโมงขึ้นไป ร้อยละ 34.30 ช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.00 - 00.00 น. ร้อยละ 58.80 วัตถุประสงค์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรับชมในสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ คือ เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 40.7 และ รูปแบบเนื้อหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกจดจำข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ส่วนใหญ่เป็น วิดีโอ ร้อยละ 51 การทดสอบสมมติฐานพบว่า วิดีโอคอนเทนต์การท่องเที่ยว อัลบั้มรูปภาพการท่องเที่ยว โควท์คอนเทนต์การท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และโปรโมชันคอนเทนต์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนไลฟ์สตรีมคอนเทนต์ ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: การตลาดเชิงเนื้อหา การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น

Abstract

This study aimed to investigate the tourists' using social media behavior in Khon Kaen province and study content marketing influencing the decision-making to travel to Khon Kaen Province. This was a quantitative research study using questionnaires collected from a group of 400 tourists who were traveling to Khon Kaen province. The

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

² นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาศาสตร์การท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

¹ Lecturer, Bachelor of Business Administration Major Tourism and Hospitality, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan Khon Kaen campus

² Bachelor's Student, Bachelor of Business Administration Major Start-up Tourism and Hospitality, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Isan Khon Kaen campus

statistics used in the data analysis included percentages, means, and standard deviations. The inferential statistical analysis was a multiple linear regression analysis.

The research results found that most Thai tourists are female, aged 18 – 22 years, had average-income students. Most of them have less than 10,000 baht and domicile from the northeast. For the use of social media behavior, the most frequently used application was Instagram at 38.80 percent. The frequency of social media usage per day was mostly more than 7 times per day at 65 percent. The duration of social media usage was more than 1.30 hours at 34.30 percent. The most use of social media period was between 20.00 - 00.00 hours at 58.80 percent. The purpose that most respondents were interested in on social media was for entertainment at 40.7 percent. The content that respondents chose to remember the most through social media was mostly video at 51 percent. For hypothesis testing, it was found that tourism video content, tourism photo album content, and travel quotes content had a significant positive influence on travel decision making to Khon Kaen province at a significant level of 0.01, and tourism promotion content had a positive influence on travel decision making to Khon Kaen province at a significant level of .05. However, live-streaming content had no significant influence on the travel decision making to Khon Kaen province.

Keywords: content marketing, tourism decisions making, Khon Kaen province

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันเห็นได้ชัดว่าเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้คนสนใจสิ่งรอบตัว (ปราณี ปวีณนา, 2563) อีกทั้งถูกนำมาใช้ในการจัดหาเนื้อหาขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจต่างๆ (Werthner and Ricci, 2004) ทั้งด้านการส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์และการจัดจำหน่าย การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในระยะยาว และความไว้วางใจ (Naidoo and Hollebeek, 2016) นอกจากนี้ การปรากฏตัวของสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นปัจจัยผลักดันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจุดหมายปลายทางซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นกำหนดการตัดสินใจการเดินทางของนักท่องเที่ยว (Morosan and Jeong, 2008) อาจกล่าวได้ว่าเป็นยุคดิจิทัลที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพและน่าสนใจเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งในกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความดึงดูด สร้างความสัมพันธ์ และกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายหรือบริการ (Digimusketees, 2023)

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวและการบริการในจังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพในมิติหลายด้าน ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจการจัดงานกิจกรรมเทศกาลงานประเพณี การผจญภัยและนันทนาการกลางแจ้ง รวมทั้งธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจที่พักแรม แต่ยังมีจุดอ่อนด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่น่าดึงดูดใจ (วชิษฐา เปี่ยมสกุล, 2554) ดังนั้น จึงต้องมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี (Karlis and Ntzoufras, 2003) โดยใช้รูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาสร้างคอนเทนต์หรือเนื้อหาที่มุ่งเน้นให้ความรู้มากกว่าการขาย (พันธกานต์ วรพัฒนานนท์, 2563) ซึ่งการเผยแพร่ข้อมูลของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้งเนื้อหาและเขตพื้นที่อย่างมีความชัดเจน สามารถตอบสนองพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งสื่อสังคมออนไลน์มีความเกี่ยวข้องกับการเพิ่มขึ้นของการวิจัยที่ส่งผลต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวข้อง (Munar and Jacobsen, 2014) ทั้งนี้ การตลาดเชิงเนื้อหาในการท่องเที่ยวมีผลต่อการสร้างความเชื่อถือ การสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว และการเพิ่มการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ในกระบวนการตลาดนี้ เป็นแนวโน้มที่สำคัญที่ช่วยสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและน่าจดจำให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น (Evans and McKercher, 2019)

จากที่กล่าวข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการตลาดเชิงเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ ใน

จังหวัดขอนแก่น สามารถจัดการกับผลกระทบที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของสื่อสังคมออนไลน์ต่อพฤติกรรมการเดินทางและการตัดสินใจ รวมถึงนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เผยแพร่ทรัพยากรการท่องเที่ยว และส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น

สมมติฐาน

1. วิดีโอคอนเทนต์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น
2. อัลบั้มรูปภาพคอนเทนต์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น
3. โคเวิร์ทคอนเทนต์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น
4. โลโก้สตรีมคอนเทนต์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น
5. โปรโมชันคอนเทนต์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น

วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยและไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น เนื่องจากไม่มีหน่วยงานใดทำการเก็บรวบรวมสถิตินักท่องเที่ยวที่ชัดเจน คณะผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญกับกลุ่มตัวอย่างตามสูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยมีระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (Cochran, 1974) โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการอย่างน้อย 385 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยจึงได้เก็บแบบสอบถามจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลในครั้งนี้คือแบบสอบถาม โดยใช้ข้อมูลที่ใช้ในการเก็บนั้นประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น

ส่วนที่ 3 อิทธิพลของรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีรูปแบบคำถามเป็นชนิดคำถามปลายปิด (Close-ended questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended questions) เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

3.2 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามมีการตรวจสอบค่าความเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) โดยพิจารณาค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อทดสอบว่าคำถามแต่ละข้อสามารถสื่อความหมายได้ถูกต้องและเหมาะสมหรือไม่ พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.5 ทุกข้อคำถามและนำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการทดสอบหาความ

เชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มที่ไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient) (Cronbach, 1990) พบว่า มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.723 – 0.974 ซึ่งการทดสอบหาความเชื่อมั่นจะต้องได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.7 จึงสามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีคุณภาพเพียงพอที่นำไปใช้ในการเก็บข้อมูล

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) คณะผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธี การแจกแบบสอบถาม (Questionnaire Survey) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการแปลความหมายข้อมูล

5.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ประกอบด้วย รายละเอียดดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50 มีอายุ 18-22 ปี ร้อยละ 67.80 มีอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ร้อยละ 63.80 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 55.30 และอยู่ภูมิลำเนาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 83

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันบ่อยมากที่สุดเป็น Instagram ร้อยละ 38.80 โดยความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันส่วนใหญ่ มากกว่า 7 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 65 ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ คือ มากกว่า 1.30 ชั่วโมง ขึ้นไป ร้อยละ 34.30 ช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.00-00.00 น. ร้อยละ 58.80 วัตถุประสงค์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจรับชมในสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ คือ เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 40.7 และ รูปแบบเนื้อหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกจดจำข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ส่วนใหญ่เป็น วิดีโอ ร้อยละ 51

3. ผลศึกษาอิทธิพลของรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ วิดีโอคอนเทนต์การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.858) รองลงมาคือ ด้านอัลบั้มรูปภาพคอนเทนต์การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.867) ด้านโปรโมชันคอนเทนต์การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.842) ด้านโคเวิร์ทคอนเทนต์การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.956) และด้านไลฟ์สตรีมคอนเทนต์การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.961) ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise คณะผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ที่เป็นค่าทางสถิติ Variance Inflation Factor (VIF) คือค่าสภาพของตัวแปรในสมการมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งหากค่า VIF ที่เกิน 5.0 หมายความว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (Kleinbaum et al., 2014) ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏว่า ค่า

ของ VIF ของตัวแปรทั้งหมดมีค่าอยู่ในระดับ 2.781- 3.768 แสดงให้เห็นว่ามีค่าไม่เกินเกณฑ์ 5.0 ทำให้ทราบว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ต่อกันแบบไม่มีนัยสำคัญ (Zikmund et al., 2010) สามารถอธิบายได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

ปัจจัย	B	S.E.	β	T	Sig.	VIF
ค่าคงที่	.485	.130	-	3.743	.000	-
วิถีไอคอนเทนต	.229	.042	.244	5.414	.000**	2.781
อัลบั้มคอนเทนต	.170	.055	.163	3.102	.002**	3.768
โควิทคอนเทนต	.453	.053	.446	8.585	.000**	3.688
ไลฟ์สตรีมคอนเทนต	-.054	.052	-.048	-1.040	.299	2.944
โปรโมชันคอนเทนต	.116	.053	.115	2.197	.029*	3.747

หมายเหตุ $R^2 = .712$, Adjusted $R^2 = .709$,

F = 194.994, D.W. 1.841, **p<.01, *p<.05

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise พบว่าตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์อิทธิพลของรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นได้และชี้ให้เห็นว่า วิถีไอคอนเทนตการท่องเที่ยว (Sig. = 0.000) อัลบั้มรูปภาพคอนเทนตการท่องเที่ยว (Sig. = 0.002) โควิทคอนเทนตการท่องเที่ยว (Sig. = 0.000) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โปรโมชันคอนเทนตการท่องเที่ยว (Sig. = 0.029) มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าอิทธิพลดังกล่าวสามารถพยากรณ์อิทธิพลที่ส่งผลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่นอย่างมีนัยสำคัญ โดยตัวแปรต้นมีอำนาจพยากรณ์ที่ดีที่สุด คือ ด้านโควิทคอนเทนต โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.446 รองลงมาคือ วิถีไอคอนเทนตการท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.244 อัลบั้มรูปภาพคอนเทนตการท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.163 และ โปรโมชันคอนเทนตการท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.115 ตามลำดับ ทำให้ทั้ง 4 ตัวแปรนี้สามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของอิทธิพลของรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น ร้อยละ 71.80 หรือมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 71.80 สำหรับไลฟ์สตรีมคอนเทนตการท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ค่าเบต้า	ค่าสัมประสิทธิ์	ผลการทดสอบสมมติฐาน
วิถีไอคอนเทนตการท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น	.244	.000	ยอมรับ
อัลบั้มรูปภาพคอนเทนตการท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น	.163	.002	ยอมรับ
โควิทคอนเทนตการท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น	.446	.000	ยอมรับ

ตารางที่ 2 (ต่อ)

สมมติฐาน	ค่าเบต้า	ค่าสัมประสิทธิ์	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ไลฟ์สตรีมคอนเทนต์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น	-.048	.299	ไม่ยอมรับ
โปรโมชันคอนเทนต์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น	.115	.029	ยอมรับ

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า คณะผู้วิจัยได้ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า วิดีโอคอนเทนต์การท่องเที่ยว อัลบั้มรูปภาพการท่องเที่ยว โค้ดคอนเทนต์การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 และโปรโมชันคอนเทนต์การท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น อภิปรายผลได้ดังนี้

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ใช้บ่อยมากที่สุดเป็น Instagram ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันมากกว่า 7 ครั้งต่อวัน ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์แต่ละครั้งคือ มากกว่า 1.30 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดส่วนใหญ่เป็นช่วง 20.00 – 00.00 น.วัตถุประสงค์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจรับชมในสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ คือ เพื่อความบันเทิง เช่น ดูคลิปวิดีโอคลิปตลกและ รูปแบบเนื้อหาที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกจดจำข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุดส่วนใหญ่เป็นวิดีโอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติยา เด่นชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้และการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา ผลการศึกษา พบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการรับรู้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่พักผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการรับรู้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่พักผ่านสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวหรือการเลือกสถานที่พัก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Jiang et al. (2022) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สื่อวิดีโอก่อนเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว และเป็นแพลตฟอร์มการสื่อสารที่มีผลกระทบอย่างมากต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว และจะส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาอิทธิพลของรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่นสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้

1. วิดีโอคอนเทนต์การท่องเที่ยว ($\beta = 0.244$, Sig. = .000) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shin and Chen (2016) พบว่า คอนเทนต์ที่เป็นแบบวิดีโอมีชั้นที่เกิดจากการออกแบบกราฟิกที่สามารถยับยั้งและเคลื่อนไหวให้เกิดความน่าสนใจได้ เพื่อช่วยสร้างความสนุกสนานและดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Cao et al. (2021) ที่พบว่า การผลิตสื่อวิดีโอสามารถเป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวได้ และ งานวิจัยของ Yu (2020) พบว่าสื่อวิดีโอมีอิทธิพลต่อการให้ข้อมูลที่แท้จริงและเชื่อถือได้

2. อัลบั้มรูปภาพคอนเทนต์การท่องเที่ยว ($\beta = 0.163$, Sig. = .002) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ Shin and Chen (2016) ได้กล่าวว่า รูปภาพต่างๆ ซึ่งอาจจะเป็น คอนเทนต์แบบรูปภาพ (Still Photo) ที่นำเสนอรูปภาพหรือภาพถ่าย และอาจจะมีคำบรรยาย (Caption) ในรูปแบบตัวอักษรเพื่อ เน้นให้เห็นถึงใจความสำคัญของเนื้อหา นั้น เป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไรก่อนที่จะอ่านเนื้อความโดยละเอียด เป็นการดึงดูดให้ความ สนใจและนำไปสู่การอ่านรายละเอียดต่อไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Terttunen (2017) พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการดูรูปภาพเพื่อเลือกจุดหมายปลายทางก่อนที่จะเดินทางท่องเที่ยว และรูปภาพมีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อจองการเดินทาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bufquin et al. (2019) พบว่า ข้อมูลที่เป็น ภาพถ่ายจะช่วยเพิ่มอารมณ์เชิงบวกและมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของกลุ่มลูกค้าในโรงแรม

3. โคว์ทคอนเทนต์การท่องเที่ยว ($\beta = 0.446$, Sig. = .000) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัด ขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ Shin and Chen (2016) พบว่า คอนเทนต์แบบที่เป็นเนื้อหาตัวอักษรที่ ผู้ผลิตคอนเทนต์ของเพจเขียนขึ้นเองจะทำให้การนำเสนอมีองค์ประกอบที่ชัดเจน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pan, MacLaurin, and Crotts (2007) พบว่า ข้อความที่เป็นคำพูดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ส่งผลให้สามารถกระตุ้นการ เดินทางท่องเที่ยวต่อผู้หาข้อมูล และสอดคล้องกับ Hulisi (2019) ที่พบว่า ข้อความบนสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้คน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องมีความละเอียดอ่อนต่อการโพสต์ข้อความต่างๆ บนสื่อ สังคมออนไลน์

4. โลกฟิตริ่มคอนเทนต์การท่องเที่ยว ($\beta = -.048$, Sig. = .299) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรูปแบบเนื้อหาโลกฟิตริ่มส่วนใหญ่เป็นการขายสินค้ามากกว่าการรีวิวแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Shin and Chen (2016) พบว่า คอนเทนต์แบบที่เป็นคลิปวิดีโอที่แสดงภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียงบรรยายต่างๆ ทำให้เข้าถึงอารมณ์ได้เร็วกว่าคอนเทนต์แบบไลฟ์วิดีโอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wongkitrungrueng and Assarut (2020) พบว่า มีเพียงโลกฟิตริ่มของร้านค้าบางรายเท่านั้นที่สามารถเปลี่ยนผู้ชมให้เป็นผู้ซื้อได้ในที่สุด

5. โปรโมชันคอนเทนต์การท่องเที่ยว ($\beta = 0.115$, Sig. = .029) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น ซึ่งสอดคล้องกับอัฉริธา ทิวะสิงห์ และ คณะ (2562) ได้ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวและการใช้สื่อ สังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระบุว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านแคมเปญ หรือใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเข้าร่วมกิจกรรมจะช่วย ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับ กุทัย เตชะบูรณเทพภรณ์ (2544) พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด อยู่ในระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ ทั้งในส่วนของโปรโมชั่น การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และการออกข่าว และการตลาดทางตรง โดยการสนับสนุนกิจกรรมต่อสังคมขององค์กร จะทำให้มีระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจมากเป็นอันดับแรก และ สอดคล้องกับวิจัยของ Tarigan (2022) พบว่า การส่งเสริมการขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทาง ท่องเที่ยว

สรุปผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยในประเด็นสำคัญ ดังนี้ การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ จากการเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แอฟพลิคชัน ที่ใช้บ่อยมากที่สุดเป็น Instagram ร้อยละ 38.80 โดยความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อวันส่วนใหญ่ มากกว่า 7 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 65 ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ คือ มากกว่า 1.30 ชั่วโมง ขึ้นไป ร้อยละ 34.30 ระยะเวลาที่ใช้สื่อสังคม ออนไลน์มากที่สุด คือ ช่วงเวลา 20.00 - 00.00 น. ร้อยละ 58.80 วัตถุประสงค์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรับชมในสื่อ

สังคมออนไลน์ส่วนใหญ่ คือ เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 40.7 และ รูปแบบเนื้อหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกจดจำข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด ส่วนใหญ่เป็น วิดีโอ ร้อยละ 51

อิทธิพลของรูปแบบการตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise การทดสอบสมมติฐานพบว่า วิดีโอคอนเทนต์การท่องเที่ยว อัลบั้มรูปภาพการท่องเที่ยว โคเวิร์คคอนเทนต์การท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 และโปรโมชันคอนเทนต์การท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนไลฟ์สตรีมคอนเทนต์ ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น อย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ สามารถนำผลการศึกษาไปปรับใช้ในการวางแผนการสื่อสารเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ สามารถนำผลการศึกษาประเภทของการตลาดเชิงเนื้อหาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จังหวัดขอนแก่น ไปปรับใช้ในการผลิตสื่อที่มุ่งเน้นทั้งรูปแบบวิดีโอคอนเทนต์ อัลบั้มรูปภาพคอนเทนต์ โคเวิร์คคอนเทนต์ และโปรโมชันคอนเทนต์ อย่างต่อเนื่องเพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการในจังหวัดขอนแก่นให้กับนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติมด้านรูปแบบเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เช่น บทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พอดแคสต์ (Podcast) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-books) เป็นต้น

2. เนื่องจากผลการวิเคราะห์มีตัวแปรด้านไลฟ์สตรีมคอนเทนต์ ไม่สนับสนุนสมมติฐาน จึงควรศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเป็นการยืนยันผลที่ได้ เช่น ตัวแปรที่ทำให้เกิดความเข้าใจมุมมองและประสบการณ์ของผู้ใช้จริงที่เกี่ยวข้องกับไลฟ์สตรีมคอนเทนต์การท่องเที่ยว โดยเก็บจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยเลือกซื้อโปรแกรมนำเที่ยวผ่านไลฟ์สตรีมกับบริษัททัวร์

เอกสารอ้างอิง

กิตติยา เด่นชัย. (2557). พฤติกรรมการใช้และการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

ฤทัย เตชะบุญรณเทพภรณ์. (2554). แรงจูงใจและปัจจัยทางการตลาดบนเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

วชิษฐา เปี่ยมสกุล. (2554). การศึกษาค่าคุณภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/CU0117/CU0117_full_text.pdf

อัฉฌิรา ทิวะสิงห์, พิมพิกา ทองรัมย์, พิมอร แก้วแดง, ฐิฎฎาภา เสถียรคมสรไกร, และ พันธ สืบยุบล. (2562). พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวไทย. *วารสารวิชาการ*, 13(3), 100-107.

ปราณี ปวีณชนา. (2563). เหรียญสองด้านของโซเชียลมีเดีย. สืบค้นจาก. https://www.manarom.com/blog/the_two_sided_coin_of_social_media.html

- พันธกานต์ วรวัฒน์นันนท์. (2563). Content Marketing คืออะไร ทำอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ. สืบค้นจาก <https://search.studio.digital/th/marketing/what-is-content-marketing/>
- Bufquin, D., Park, J., Back, R., Nutta, M., and Zhang, T. (2019). Effects of hotel website photographs and length of textual descriptions on viewers' emotions and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 89(2). doi:10.1016/j.ijhm.2019.102378
- Cao, X., Qu, Z., Liu, Y., and Hu, J. (2021). How the destination short video affects the customers' attitude: The role of narrative transportation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62. Doi: 10.1016/j.jretconser.2021.102672
- Cochran, W. G. (1974). *Sampling Techniques*. New York: Wiley.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychological Testing* (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Digimuskeeters. (2023). Content marketing. Retrieved from <https://digimuskeeters.co.th/blogs/>
- Evans, N., and Mc Kercher, B. (2019). Understanding Tourism Marketing: A Response to How Content is Used. *Journal of Travel Research*, 58(8), 1283–1293. Doi:10.1016/j.tmp.2018.12.001
- Hulisi B. (2019). What is the Motivation of Travellers? An investigation of quotes on Trip Advisor's facebook page. *International Journal of Marketing*, 5, 76-92. Doi: 10.54663/2182-9306
- Jiang, J., Hong, Y., Li, W., and Li, D. (2022). A study on the impact of official promotion short videos on tourists' destination decision-making in the post-epidemic era. *Frontiers in Psychology*, 13. Doi: 10.3389/fpsyg.2022.1015869
- Karlis, D., and Ntzoufras, I. (2003). Analysis of sports data by using bivariate Poisson models. *Journal of the Royal Statistical Society: Series D (The Statistician)*, 52(3), 381-393. Doi:10.1111/1467-9884.00366
- Kleinbaum, D. G., Kupper, L. L., Nizam A., and Rosenberg, L. L. (2014). *Applied Regression Analysis and Other Multivariable Methods* (5th ed). USA: Cengage Learning.
- Morosan, C. and Jeong, N. (2008). The role of the Internet in the process of travel information search. *Information Technology in Hospitality*, 51, 13- 23. Doi:10.3727/154595308784670242
- Munar, A. M., and Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism Management*, 43, 46-54. Doi: 10.1016/j.tourman.2014.01.012
- Naidoo, V., and Hollebeek, L. D. (2016). Higher education brand alliances: Investigating consumers' dual-degree purchase intentions. *Journal of Business Research*, 69(8), 3113-3121. Doi: 10.1016/j.jbusres.2016.01.027
- Pan, B., MacLaurin, T., and Crotts, J.C. (2007). Travel blogs and the implications for destination marketing. *Journal of Travel Research*, 46, 35-45. Doi:10.1177/0047287507302378
- Shin, N., and Chen, Q. (2016). An exploratory study of nonprofit organisations' use of the internet for communications and fundraising. *International Journal of Technology, Policy, and Management*, 16(1), 32-44. Doi: 10.1504/IJTPM.2016.075937
- Tarigan, M.I. (2022). The Effect of Social Media-Based Promotion on Tourism Decisions-Making. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Sciences*, 3(2), 504-511. Doi: 10.38142/ijess.v3i2.328
- Terttunen, A., (2017). *The influence of Instagram on consumers' travel planning and destination choice*. (Bachelor thesis). Haaga-Helia University of Applied Sciences. Helsinki, Finland

- Werthner, H., and Ricci, F. (2004). E-commerce and tourism. *Communications of the ACM*, 47(12), 101-105. Doi: 10.1145/1035134.1035141
- Wongkitrungrueng, A., and Assarut, N. (2020). The role of live streaming in building consumer trust and engagement with social commerce sellers. *Journal of Business Research*. 117, 543-556. Doi: 10.1016/j.jbusres.2018.08.032
- Yu, J. (2020). Government affairs new media: research on transmission of short videos in public emergency (in Chinese). *Journal of Henan University (Social Science Edition)*, 60, 125-130. Doi: 10.15991/j.cnki.411028.2020.06.020
- Zikmund, W. G., Babin B. J., Carr, J. C., and Griffin, M. (2010). *Business Research Methods* (8^{ed.}). UK: South-Western Cengage Learning.

การจัดการสิ่งแวดล้อมและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดจากมุมมองของผู้รับบริการ (4C)
กรณีศึกษา กลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร
Environmental Management and Marketing Strategy Planning from the Customer
Perspective (4C): Case Study of Green Hotel Groups in the Bangkok Metropolitan Area

ระชานนท์ ทวีผล¹Rachanon Taweephol¹Corresponding Author's Email: mr.bozo@msn.com¹

(Received: December 26, 2023; Revised: February 22, 2024; Accepted: February 28, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทของการจัดการสิ่งแวดล้อมในกลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) ศึกษาแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดจากมุมมองของผู้รับบริการ (4C) ในกลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยากรณีศึกษาเฉพาะ ร่วมกับเทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มผู้บริหารโรงแรมหรือหัวหน้าแผนกที่มีส่วนร่วมในการประสานงานกับกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม 20 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) การจัดการสิ่งแวดล้อมในโรงแรมแบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ (1) นโยบายสิ่งแวดล้อม กำหนดแนวทางการปฏิบัติที่มีเป้าหมายควบคุมทรัพยากร (2) การจัดการขยะ พิจารณากระบวนการคัดแยกขยะ (3) การจัดการน้ำ ตรวจสอบอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับจ่ายน้ำ (4) การจัดการเสียง ลดกิจกรรมที่สร้างสิ่งรบกวน (5) การจัดการพลังงาน ออกแบบพลังงานทดแทน (6) การจัดการคุณภาพอากาศ เพิ่มระบบนิเวศทางธรรมชาติช่วยฟอกอากาศ และ (7) การเลือกใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดซื้อสีเขียว 2) แผนกลยุทธ์ทางการตลาดจากมุมมองของผู้รับบริการ (4C) ประกอบด้วย (1) คุณค่าของผู้รับบริการ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ (2) คุณดันทุนที่ผู้รับบริการยินดีจ่าย กำหนดเงื่อนไขอัตราค่าบริการให้เหมาะสม (3) ความสะดวกของผู้รับบริการ เลือกช่องทางจัดจำหน่ายให้มีตัวเลือกมากขึ้น และ (4) การสื่อสารกับผู้รับบริการ นำข้อมูลข่าวสารกระตุ้นพฤติกรรมกรซื้อ

คำสำคัญ: การจัดการสิ่งแวดล้อม การวางแผนการตลาดจากมุมมองของผู้รับบริการ โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Abstract

The objectives of this research aimed to: 1) study the environmental management context of green hotel groups; 2) study the examine the marketing strategy planning from the customer perspective (4C) in green hotel groups. It is qualitative research using the case study approach methodology. Data was collected through in-depth interviews. The key informants are a group of hotel managers or department heads actively involved in coordinating with the Department of Environmental Quality Promotion, totaling 20 people. The study's findings revealed that: 1) environmental management in the hotel is divided into 7 aspects, namely (1) Environmental Policy, which involves setting guidelines for practices aimed at controlling resources. (2) Waste Management, which considers the waste separation process. (3) Water Management, which examines equipment used for water supply. (4) Noise Management, which involves reducing activities and creating less disturbance. (5) Energy Management, which includes designing alternative energy options. (6) Air Quality Management, which enhances natural environmental systems to help purify the air. And (7) Environmentally Friendly Products, which emphasizes the importance of the hotel's green procurement process; 2) the marketing strategy from the customer's perspective (4C) includes

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

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

1) Customer Value, which presents the physical features. 2.2) Customer Cost, which determines service rate conditions. 2.3) Customer Convenience, which involves providing more distribution channel options. 2.4) Customer Communication, which utilizes information to stimulate purchasing behavior.

Keywords: environmental management, 4C marketing, green hotel.

ความเป็นมาของปัญหา

ภาพรวมของสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ. 2566 มีแนวโน้มการฟื้นตัวอย่างเป็นลำดับหลังจากผ่านพ้นวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ตลาดในประเทศได้รับปัจจัยสนับสนุนมาจากกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อาทิ โครงการ 365 วัน มหัศจรรย์เมืองไทยเที่ยวได้ทุกวัน รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมร่วมกับสายการบินจัดทำแพ็คเกจห้องพักในราคาพิเศษ สำหรับกรุงเทพมหานครมีรายได้จากการท่องเที่ยวมูลค่า 44,907 ล้านบาท ทางภาครัฐและเอกชนได้สานความร่วมมือกันในการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการสร้างงานอีเวนต์ ตั้งแต่ช่วงเทศกาลสงกรานต์เป็นต้นไป อาจส่งผลให้มูลค่าของตลาดภายในประเทศเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 76 ในขณะที่สถานการณ์ของตลาดต่างประเทศพบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 290,645 ล้านบาท เนื่องจากการเปิดพื้นที่เที่ยวและสายการบินเช่าเหมาลำเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกระตุ้นการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพที่มีมูลค่าสูง เช่น กลุ่มคนรักสุขภาพและความงาม กลุ่มบิกไบค์ กลุ่มคู่รักและกลุ่มครอบครัว เป็นต้น (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2566)

ในขณะที่ผลงานวิจัยของ López-Gamero et al. (2023) นำเสนอประเด็นเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมในกลุ่มธุรกิจโรงแรมแบบแผน มีส่วนช่วยควบคุมต้นทุนทางด้านการบริหารงานให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจ เช่น น้ำ พลังงาน ขยะ การซื้อวัสดุ เป็นต้น รวมทั้งยังเป็นการเพิ่มภาพลักษณ์ความยั่งยืนของกิจการที่ดีขึ้นหลังจากวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดสิ้นสุดลง ทางคณะผู้บริหารโรงแรมควรประสานความร่วมมือจากผู้รับบริการ พนักงาน และผู้ขายปัจจัยการผลิต เช่นเดียวกันกับแนวคิดของ ชัชพล ทรงสนุทรวงศ์ (2565) ได้อธิบายว่า การสร้างนวัตกรรมสีเขียวของกลุ่มโรงแรมควรผลักดันสินค้าและบริการที่ตอบสนองมีความสมเหตุสมผลทั้งด้านคุณภาพและราคาภายใต้เงื่อนไขของการไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยอาศัยการวางแผนบนขอบเขตของการขับเคลื่อนองค์กรด้วยหลักการ 4R (Reduce, Reuse, Recycle, & Repair) ทั้งหมดเริ่มจากกระบวนการออกแบบ การผลิต การขาย การบริการ และการกำจัด ซึ่งหลักการดังกล่าวยังสามารถนำไปใช้ในการประเมินผลการรับรู้ผ่านมุมมองของผู้รับบริการแต่ละกลุ่ม เพื่อยืนยันว่าแผนงานดังกล่าวนำไปใช้ได้เป็นอย่างดี

กระแสความนิยมของโรงแรมสีเขียวหรือโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นการบ่งบอกถึงการเพิ่มความตระหนักรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้รับบริการ ผ่านการกำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรมภายในแต่ละด้านให้มีความชัดเจนอย่างมีจรรยาบรรณ สามารถขยายขอบเขตการพัฒนาเป็นกลยุทธ์การดึงดูดใจกลุ่มผู้รับบริการ พร้อมกับปฏิบัติตามนโยบายของภาครัฐที่มีส่วนร่วมในการสร้างความตระหนักรู้ผ่านข้อกำหนดบังคับ (Haq et al., 2023) สำหรับข้อมูลจากกรมส่งเสริมคุณภาพของสิ่งแวดล้อม (2564) ได้อธิบายถึง การปรับตัวของกลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 อ้างอิงจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร การปรับแผนการตลาดให้ตอบสนองความต้องการแบบรายบุคคลให้มากยิ่งขึ้น การใส่ใจสุขภาพ และความสะอาดของพื้นที่ นอกจากนี้ ประชากรต่างภูมิภาคที่กลับมาท่องเที่ยวจะมองหาโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 78

ยิ่งไปกว่านั้นการเชื่อมโยงกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของทางโรงแรมด้วยการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้รับบริการเป็นหลัก ผ่านการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าแล้วยังพบว่า มิติทางการตลาดต้องพิจารณาถึงเงื่อนไขของราคาที่กำหนด ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสะดวก และเทคนิคการสื่อสารด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย (อลิศรา ธรรมบุตร, 2562) อีกทั้งผลการวิจัยของศิริเพ็ญ เล่าลือคือเกียรติ (2562) พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดแบบ 4C เป็นเครื่องมือที่เชื่อมโยงภาพลักษณ์ของกิจการตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ประกอบการต้องการ โดยเฉพาะการประเมินความเต็มใจจ่ายในระดับราคาของกลุ่มเป้าหมายที่ยอมรับได้

รวมทั้งการสื่อสารที่ประกาศชัดเจนเกี่ยวกับตำแหน่งทางการตลาดของกิจการที่มีความสม่ำเสมอ ซึ่งอธิบายว่าตราสินค้านั้นมีบุคลิกภาพเป็นอย่างไร เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายสามารถจดจำได้ สอดคล้องกับข้อค้นพบจากงานวิจัยของ ภาวินีย์ ธนาอนวัช (2563) พบว่า โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต้องมีการวางแผนที่ครอบคลุมมิติของทรัพยากรภายในโรงแรม ทางผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับหลักการต่างๆ อย่างต่อเนื่องและตลอดไป นอกจากนี้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีผ่านการประชาสัมพันธ์และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมช่วยให้ทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมคงสภาพและไม่เสื่อมโทรมไปตามกาลเวลา

จะเห็นได้ว่าการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของกลุ่มผู้รับบริการในโรงแรมยุคใหม่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขภาพ รวมทั้งพิจารณารูปแบบการบริการที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หลีกเลี่ยงการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมลภาวะ ในขณะที่กลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานครเลือกนำเสนอประเด็นการอนุรักษ์และความยั่งยืนในการดำเนินกิจการ ผ่านแนวทางการปฏิบัติของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมปลูกฝังจิตสำนึกแก่พนักงานและผู้รับบริการกลุ่มคุณภาพเพื่อวัตถุประสงค์ในการพัฒนาศักยภาพของกิจการด้วยการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่า และยกระดับภาพลักษณ์การบริการที่ดูแลสิ่งแวดล้อมของประชาคมโลก ทางคณะผู้บริหารโรงแรมสามารถนำแนวคิดต่างๆ ไปผนวกรวมกับการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่คำนึงถึงมุมมองและความพึงพอใจของผู้รับบริการที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการประเมินคุณค่าที่ผู้รับบริการจะได้รับ และการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของกิจการให้เกิดความต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาประเด็นปัญหา “การจัดการสิ่งแวดล้อมและการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดจากมุมมองของผู้รับบริการกรณีศึกษา กลุ่มโรงแรมที่มิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร” เนื่องจากกลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมยังคงเป็นกลุ่มตลาดเฉพาะที่จำนวนไม่มากนักเมื่อเทียบสัดส่วนของโรงแรมทั่วไป ซึ่งต้องได้รับการรับรองจากหน่วยงานของภาครัฐเท่านั้น นอกจากนี้ ยังเป็นการทบทวนแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในโรงแรมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและไม่สร้างมลพิษต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อีกทั้งยังสามารถนำเอาผลการค้นพบจากการวิจัยไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับขนาดขององค์กร กิจกรรม และปัญหาด้านทรัพยากรของแต่ละโรงแรม ผ่านการกำหนดวิสัยทัศน์และนโยบายการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อส่งเสริมกิจการให้เกิดความโดดเด่นในสนามแข่งขัน ผ่านกลยุทธ์ทางการตลาดที่ช่วยปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการและความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของการจัดการสิ่งแวดล้อมในกลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดจากมุมมองของผู้รับบริการ (4C) ในกลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาภายใต้กระบวนการค้นคว้าวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยวิธีวิทยาแบบกรณีศึกษาเฉพาะ (Case study approach) เป็นการกำหนดรูปแบบการวิเคราะห์จากขอบเขตพื้นที่ที่แตกต่างกันในแต่ละองค์กรผ่านมุมมองของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 2 คน ต่อ 1 กรณีศึกษา เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลที่ค้นพบจากภาคสนามเข้ากับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากการทบทวนวรรณกรรม จากนั้นจึงนำมาจัดหมวดหมู่ข้อมูลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยในแต่ละข้อ ในลักษณะของการเน้นย้ำข้อมูลเดิม (Replication strategy) พิจารณาข้อมูลจากกรณีศึกษาแห่งแรกที่ค้นพบกับทฤษฎี เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาลำดับถัดไป จนกว่าข้อมูลเกิดการซ้ำหรืออิ่มตัว เพื่อให้ผลลัพธ์ในลักษณะของหลักการ หรือวิธีการต่างๆ ภายใต้สภาพแวดล้อมจริง โดยสร้างข้อสรุปเชิงพื้นที่ผ่านข้อมูลบางส่วนที่มาจากกรณีศึกษาทฤษฎี ร่วมกับการเก็บข้อมูลภาคสนามที่พิจารณาด้วยเทคนิคการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (ดิซฟงส์ พงศ์ภัทรชัย, 2553; Yin, 2003; Meredith, Walter, and Joyce, 1996)

2. ผู้วิจัยกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key information) แบบเฉพาะเจาะจงเป็นกลุ่ม ผู้บริหารโรงแรมหรือหัวหน้าแผนกที่มีส่วนร่วมในการประสานงานกับกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อเข้าร่วมโครงการประเมินโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green hotel) ไม่ต่ำกว่าดีมาก หรือระดับเงิน (Silver class) จำนวนทั้งหมด 20 คน จากโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร 10 แห่ง แห่งละ 2 คน (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2566) ประกอบด้วย 1) คาเฟลดา กรุงเทพฯ 2) แกรนด์ไฮแอท เอราวัณ กรุงเทพฯ 3) แมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ 4) ดับเบิลยู กรุงเทพฯ 5) ศิวาเทล กรุงเทพฯ 6) เดอะสุโกศล กรุงเทพฯ 7) สุโขทัย กรุงเทพฯ 8) เดอะ เบอร์เคลีย์ ประตูน้ำ 9) อาศัย กรุงเทพฯ ไชน่าทาวน์ และ 10) ชาเทรียม ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ทางผู้ให้ข้อมูลหลักต้องมีประสบการณ์การบริหารงานและนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมไม่น้อยกว่า 3 ปี ใช้เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผ่านข้อคำถามปลายเปิดเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคมถึงพฤศจิกายน พ.ศ. 2566

3. ผู้วิจัยใช้หลักการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยทฤษฎีสามเส้า (Theory triangulation) ตามแนวทางของ Miles and Huberman (1994) ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านข้อมูลที่แตกต่างกัน (Data) จำแนกตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ที่มีความแตกต่างกันทั้งด้านประสบการณ์ รวมถึงแหล่งข้อมูลที่แตกต่างตามบริบทและนโยบายการบริการของแต่ละโรงแรม และ 2) ด้านทฤษฎีที่แตกต่างกัน (Theory) เป็นการนำทฤษฎีจากแหล่งทฤษฎีที่หลากหลายแหล่งที่มา นำมาพิจารณาเปรียบเทียบร่วมกับข้อมูลภาคสนามที่ค้นพบ สามารถปรับเปลี่ยนทฤษฎีให้เกิดการขยายผลการศึกษาให้ครอบคลุม 3) ด้านการเก็บรวบรวมข้อมูล (Method) เป็นการใช้เทคนิคการนำเข้าสู่ข้อมูลหลากหลายลักษณะ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกันระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนในบริบทของแต่ละโรงแรม

ผลการวิจัย

1. บริบทของการจัดการสิ่งแวดล้อมในกลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งประเด็นสำคัญออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านนโยบายสิ่งแวดล้อม (Environmental policy) พบว่า โรงแรมส่วนใหญ่มีการจัดตั้งคณะทำงานพิเศษ หรือเรียกว่า "Green Team Committee" เพื่อกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ในการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งการอบรมแนวทางการปฏิบัติที่สำคัญให้แก่พนักงานภายในโรงแรมได้ทราบโดยทั่วกัน ส่งเสริมการปฏิบัติงานแบบไร้กระดาษในแต่ละแผนก การสร้างพันธมิตรการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อประสานงานกับชุมชนและภาครัฐในการสร้างกิจกรรมความยั่งยืน สำหรับโรงแรมเดอะสุโกศล กรุงเทพฯ มีการปรับปรุงห้องพักให้กลายเป็นแบบห้องพักรักษ์โลก (Premier sustainability room) เลือกใช้ผ้าปูที่นอนและผ้าเช็ดตัวที่ไม่ใช้สารฟอกขาว ติดตั้งกระจก 2 ชั้น เพื่อลดความร้อนจากภายนอกตัวอาคาร รวมทั้งกระดาษชำระที่ผ่านกระบวนการรีไซเคิลมาจากกระดาษเหลือใช้จากแผนกต่างๆ ภายในโรงแรม รวมทั้งยังมีการออกแบบห้องประชุมสำหรับการจัดประชุมสีเขียว (Green meeting) ลดการใช้ทรัพยากรที่ไม่จำเป็น ในขณะที่โรงแรมเดอะสุโขทัย กรุงเทพฯ มีการกำหนดตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายควบคุมคุณภาพ (Hygiene manager) เพื่อควบคุมปัญหาขยะและสิ่งแวดล้อม ในส่วนของโรงแรมคาเฟลดา กรุงเทพฯ มีกิจกรรมการให้พนักงานปลูกผักปลอดสารพิษสำหรับเป็นวัตถุดิบประกอบอาหาร นอกจากนี้ โรงแรมชาเทรียม ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ยังคงเพิ่มโอกาสให้กับสังคมผ่านการรวบรวมสิ่งของเหลือใช้ในชีวิตประจำวันจากผู้รับบริการและพนักงานเพื่อนำไปบริจาคให้กับองค์กรการกุศล

1.2 ด้านการจัดการขยะ (Waste Management) พบว่า โรงแรมทุกแห่งมีการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกันโดยเฉพาะการคัดแยกขยะแต่ละประเภทในจุดบริการ และสำนักงานภายในโรงแรม เพื่อให้ง่ายต่อกระบวนการนำกลับไปใช้ใหม่ (Recycle) ลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ ควบคุมการลดปริมาณขยะประเภทเศษอาหารด้วยการนำไปเลี้ยงสัตว์และแปรรูปเป็นปุ๋ย ในส่วนของทางโรงแรมศิวาเทล กรุงเทพฯ มีการนำเศษอาหารประเภทหัวกุ้งไปใช้ในการเลี้ยงไขหวดแทนการใช้ไขมันในการประกอบอาหาร เช่นเดียวกับทางโรงแรมชาเทรียม ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ ที่มีการนำขยะพลาสติกที่หลงเหลือบางส่วนไปแปรรูปเป็นน้ำมัน

ชีวภาพในโครงการเศษอาหารเหลือทิ้งร่วมกัน ในขณะที่โรงแรมส่วนใหญ่มีการเลือกใช้ภาชนะประเภทแก้ว และถุงผ้าสำหรับซักรีด ทดแทนการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติกและโฟมภายในโรงแรม อีกทั้งโรงแรมดับเบิลยู กรุงเทพฯ ได้มีการนำเอาเศษดอกไม้จาก กิจกรรมการจัดเลี้ยงมาแปรรูปเป็นบุหงารำไปสำหรับใช้ดับกลิ่นไม่พึงประสงค์ในห้องพัก สำหรับโรงแรมคาเพลลา กรุงเทพฯ และ โรงแรมเดอะสุโขทัย กรุงเทพฯ มีกิจกรรมการประดิษฐ์ของช่วยหรือของที่ระลึกจากทรัพยากรที่เหลือใช้จาก โรงแรมและชุมชน เพื่อนำมาใช้มอบให้กับผู้รับบริการที่มาเข้าพักในแต่ละครั้ง

1.3 ด้านการจัดการน้ำ (Water management) พบว่า แต่ละโรงแรมมีการใช้มาตรการควบคุมดูแลทรัพยากรน้ำที่ คล้ายคลึงกันไม่จำเป็นการบำบัดน้ำเสีย ปอดักไขมัน ไม่ปล่อยสิ่งปฏิกูลลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ รวมทั้งการนำน้ำที่ผ่านการบำบัด แล้วไปใช้รดน้ำต้นไม้บริเวณสวนและเรือนเพาะชำ หรือแม้กระทั่งการนำไปใช้ในทำความสะอาดพื้นห้องน้ำ การติดระบบควบคุม การไหลของน้ำบริเวณอ่างล้างมือ รวมทั้งการเลือกใช้วัสดุสุขภัณฑ์และอุปกรณ์แบบประหยัดน้ำ เช่น ชักโครกที่มี 2 ปุ่มกด ผักบัว แบบประหยัดน้ำ เป็นต้น สำหรับโรงแรมเดอะ เบอร์เคลีย์ ประตูน้ำ และโรงแรมดับเบิลยู กรุงเทพฯ มีการติดตามปริมาณการไหล ของน้ำ เพื่อให้เกิดแรงดันในระดับที่เหมาะสม ควบคู่กับการจัดเก็บน้ำเอาไว้ในถังสำรอง แต่สำหรับทางโรงแรมแมนดาริน โอเรียน เต็ล กรุงเทพฯ มีการรณรงค์การไม่เปิดน้ำทิ้ง กำหนดเวลาลดน้ำต้นไม้ 2 ช่วงเวลาเท่านั้น ได้แก่ รอบเวลา 21.00 น. – 21.30 น. และรอบเวลา 05.00 น. – 05.30 น.

1.4 ด้านการจัดการเสียง (Noise management) พบว่า โรงแรมแกรนด์ไฮแอทเอราวัณ กรุงเทพฯ และโรงแรม ดับเบิลยู กรุงเทพฯ มีการวัดค่าเสียงในแต่ละบริเวณ เลือกกระจกป้องกันเสียงในห้องพัก รวมถึงห้องประชุมมีการกันห้องแต่ละ ขนาดเพื่อลดเสียงรบกวนในขณะที่มีการจัดงานอีเวนต์หรืองานประชุมต่างๆ พร้อมกัน ในส่วนของโรงแรมเดอะสุโขทัย กรุงเทพฯ มีการเลือกใช้วัสดุแต่ละประเภทในกระบวนการออกแบบห้องพักไม่ให้เกิดเสียงรบกวน เช่นเดียวกับทางโรงแรมอาศัย กรุงเทพฯ ไชน่าทาวเวอร์ ที่มีการใช้ฉนวนพ่นโฟมบนฝ้าเพดานเพื่อป้องกันเสียง และปกป้องความเย็นจากภายในห้องพัก

1.5 ด้านการจัดการพลังงาน (Energy management) พบว่า ทุกโรงแรมมีการเลือกเปลี่ยนไปใช้หลอดไฟประเภท LED ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน รวมถึงเครื่องปรับอากาศที่มีฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 พิจารณาความ สอดคล้องกับขนาดห้องพัก ควบคุมอุณหภูมิไว้ที่ 25 องศาเซลเซียส สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าให้ถูกลงร้อยละ 10 ทางโรงแรมแมน ดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ มีการเลือกใช้ระบบประตูเปิด-ปิดอัตโนมัติ ในขณะที่โรงแรมคาเพลลา กรุงเทพฯ โรงแรมดับเบิลยู กรุงเทพฯ และโรงแรมซาเทรียม ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ มีแผนการใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์ผ่านการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ เพื่อผลิต กระแสไฟฟ้าให้กับทางโรงแรม สำหรับทางโรงแรมเดอะ เบอร์เคลีย์ ประตูน้ำ มีบริการรถรับ-ส่ง สำหรับผู้รับบริการและพนักงานไป ยังสถานีขนส่งมวลชนที่ใกล้เคียง หรืออำนวยความสะดวก เพื่อลดปริมาณการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลและอำนวยความสะดวกในการ เดินทาง พร้อมทั้งยังมีการควบคุมการใช้ไฟฟ้าด้วยสวิตซ์ที่มีการตั้งเวลาจากส่วนกลาง อีกทั้งทางโรงแรมดับเบิลยู กรุงเทพฯ และ โรงแรมแกรนด์ไฮแอทเอราวัณ กรุงเทพฯ มีการจัดคู่มือการประหยัดพลังงานและการเผยแพร่ให้พนักงานเข้าร่วมอบรมอย่าง ต่อเนื่อง ในส่วนของทางโรงแรมเดอะสุโขทัย กรุงเทพฯ มีการออกแบบห้องพักให้สามารถรับแสงอาทิตย์ ลดการใช้พลังงานจาก หลอดไฟได้ในตอนกลางวัน

1.6 ด้านการจัดการคุณภาพอากาศ (Air quality management) พบว่า โรงแรมส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับการ เพิ่มพื้นที่สีเขียวทั้งภายในและภายนอกอาคาร เพื่อสร้างอากาศดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ มีการตรวจวัดคุณภาพอากาศและฝุ่น ละออง ควบคู่กับการติดตั้งเครื่องฟอกอากาศตามแผนกบริการต่างๆ ภายในโรงแรม โดยเฉพาะทางโรงแรมดับเบิลยู กรุงเทพฯ และ โรงแรมแกรนด์ไฮแอทเอราวัณ กรุงเทพฯ มีแนวทางปฏิบัติเพิ่มเติมในเรื่องของการกำหนดพื้นที่สำหรับการสูบบุหรี่ให้อยู่ภายนอกตัว อาคาร เช่นเดียวกับทางโรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ มีการจัดตั้งโครงการโรงแรมปลอดบุหรี่เพื่อส่งเสริมสุขภาพของ พนักงานและผู้รับบริการ

1.7 ด้านการเลือกใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally friendly products) พบว่า โรงแรมบางแห่ง เลือกใช้สินค้าหลากหลายเขียว ที่ผ่านการประเมินและตรวจสอบว่าได้มาตรฐานทางด้านสิ่งแวดล้อมตามข้อกำหนดที่ทาง

คณะกรรมการนโยบายและบริหาร เช่น แปร่งสีพื้นไม้ไผ่ กระดาษชำระฉลากเขียว กระบอกร้านสแตนเลส แก้วกระดาษ หรือแม้กระทั่งการสนับสนุนให้แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่มนำเศษวัสดุธรรมชาติที่ย่อยสลายง่าย อาทิ ใบตอง เพื่อมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ทดแทน ในขณะเดียวกันโรงแรมส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สินค้าจากชุมชนมาใช้เป็นอาหารว่าง และขนมขบเคี้ยวภายในห้องพัก ตลอดจนการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามาจำหน่ายของฝากของที่ระลึกแก่ผู้รับบริการ นอกจากนี้ โรงแรมซาเทรียม ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ มีการคัดเลือกผู้ขายปัจจัยการผลิตตามนโยบายการจัดซื้อสีเขียวที่ไม่ใช้สารเคมีในการผลิต และประเมินขั้นตอนการขนส่งที่ลดปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2. แนวทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดจากมุมมองของผู้รับบริการ ในกลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งประเด็นสำคัญออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

2.1 ด้านคุณค่าของผู้รับบริการ (Customer value) พบว่า โรงแรมนำเสนอการบริการจำแนกตามแต่ละแผนก เช่น ห้องพัก ภัตตาคาร ห้องประชุม โคเวิร์กิงสเปซ การบริการเสริมอื่นๆ ประกอบกับการวางอัตราค่าสิ่งของพนักงานบริการในแต่ละแผนกที่เพียงพอต่อการต้อนรับ ในขณะเดียวกันการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมในย่านการค้าและแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในเขตกรุงเทพมหานคร ทางโรงแรมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเพิ่มเติมว่า การเลือกทำเลที่ตั้งเป็นการลงทุนที่สำคัญ เพื่อเป็นจุดแข็งที่ช่วยให้ผู้รับบริการนำไปประกอบการตัดสินใจเป็นอันดับแรก รวมทั้งการกำหนดภาพลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยสถาปัตยกรรมแบบร่วมสมัยผสมผสานความเป็นไทย ท่ามกลางทรัพยากรทางธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มพื้นที่สวนหย่อม หรือแม้กระทั่งบางโรงแรมมีข้อได้เปรียบเนื่องจากตั้งอยู่ใกล้กับแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีทัศนียภาพที่งดงาม

2.2 ด้านต้นทุนที่ผู้รับบริการยินดีจ่าย (Customer cost) พบว่า โรงแรมหลายแห่งมีการปรับอัตราค่าบริการในแผนกต่างๆ ตามสภาวะเศรษฐกิจ มีความเกี่ยวข้องกับราคาของวัตถุดิบแต่ละประเภทที่นำเข้ามาใช้ในโรงแรม และการประเมินช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวด้วยระดับราคาที่น่าสนใจ กลุ่มโรงแรมส่วนใหญ่มีการกำหนดราคาตามกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะกลุ่มชาวต่างชาติที่มีความหลากหลายตามภูมิภาคมากกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนผู้รับบริการทั้งหมดประกอบด้วย มาเลเซีย อินเดียน ญี่ปุ่น จีน พม่า เวียดนาม สิงคโปร์ เมียนมาร์ กัมพูชา ตามลำดับ รวมทั้งกลุ่มตะวันออกกลาง ยุโรป และอเมริกาที่มีกำลังซื้อสูงนิยมมาพำนักอาศัยระยะยาวมากกว่า 1 สัปดาห์ขึ้นไป ยิ่งไปกว่านั้น โรงแรมบางแห่งมีการเลือกกลุ่มผู้รับบริการเพิ่มเติมด้วยการจัดทำแพ็คเกจราคาพิเศษจำแนกตามพฤติกรรมของกลุ่มตลาดเฉพาะ ได้แก่ กลุ่มคนรักสัตว์เลี้ยง (Pet friendly) ของโรงแรมคาเพลลา กรุงเทพฯ กลุ่มธุรกิจประชุมและสัมมนา (Meeting & Seminar) ของโรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ และโรงแรมเดอะสุโกศล กรุงเทพฯ กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ plus) ของโรงแรมดับเบิลยู กรุงเทพฯ และ กลุ่มคูรััก (Couple) ของโรงแรมอาศัย กรุงเทพฯ ไซน่าทาวน์

2.3 ด้านความสะดวกของผู้รับบริการ (Customer convenience) พบว่า โรงแรมทุกแห่งได้นำเสนอขายห้องพักและบริการต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์ของทางโรงแรมและกลุ่มตัวแทนสำรองบริการด้านการท่องเที่ยว (Online Travel Agent: OTA) มุ่งเน้นความสะดวกในการชำระค่าบริการและการเปรียบเทียบราคาห้องพักในทำเลที่ตั้งใกล้เคียง ในขณะเดียวกันยังมีโรงแรมบางแห่งได้ลงทุนการพัฒนาแอปพลิเคชันเฉพาะของทางโรงแรมต่อยอดข้อมูลจากเว็บไซต์ เพื่อเชื่อมต่ออย่างอุปกรณ์แกดเจ็ตและโทรศัพท์มือถือของผู้รับบริการทั่วไป ในส่วนของโรงแรมอาศัย กรุงเทพฯ ไซน่าทาวน์ มีการติดตั้งตู้คีออส (Kiosk) เพื่อเป็นอุปกรณ์สำหรับการให้กลุ่มผู้รับบริการสามารถเช็คอินเข้าพักด้วยตนเอง

2.4 ด้านการสื่อสารกับผู้รับบริการ (Customer communication) พบว่า ทุกโรงแรมมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ สำหรับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของห้องพักและบริการ รวมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในแต่ละเทศกาล นอกจากนี้แต่ละโรงแรมยังมีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป เช่น การเขียนแนะนำหรือวีดิโอโรงแรมจากกลุ่มผู้รับบริการ การซื้อโฆษณาเพื่อส่งข้อมูลที่ผ่านการปรับแต่งและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับเว็บไซต์ (Search Engine Optimization: SEO) เป็นต้น ในขณะที่โรงแรมคิวเทล กรุงเทพฯ มีการใช้เครื่องหมายสัญลักษณ์แฮชแท็ก (Hashtag) เพื่อเชื่อมโยงวลีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ #โรงแรมเพลินจิต

ในส่วนของโรงแรมแมนดาริน โอเรียนเต็ล กรุงเทพฯ มีการฝึกฝนทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษให้แก่พนักงาน เพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับผู้รับบริการชาวต่างชาติ

อภิปรายผล

1. บริบทของการจัดการสิ่งแวดล้อมในกลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งประเด็นสำคัญออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านการบริหารสิ่งแวดล้อม (Environmental policy) พบว่า การปรับปรุงเงื่อนไขการควบคุมทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของแต่ละโรงแรมให้ไม่เสื่อมโทรมเปรียบเสมือนขั้นต้นแรก เพื่อควบคุมปัญหาที่อาจสร้างผลกระทบต่อ การดำเนินกิจการในระยะยาว ทางผู้บริหารจำเป็นต้องระบุแนวทางปฏิบัติทางของพนักงานแต่ละแผนกที่เกี่ยวข้อง ผ่านการจัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจ ควบคู่กับการเผยแพร่แนวทางการปฏิบัติที่สำคัญให้แก่พนักงานได้ทราบโดยทั่วกัน ตลอดจนการสื่อสารเงื่อนไขหรือข้อจำกัดแก่ผู้รับบริการ พร้อมทั้งการจัดเตรียมงบประมาณการซ่อมบำรุงจุดให้บริการที่มีความเสี่ยงต่อการสร้างมลพิษ ตลอดจนการสร้างสวัสดิการกรมการอนุรักษ์และรับผิดชอบต่อสังคม โดยกลุ่มพนักงานร่วมกับผู้รับบริการ เพื่อคืนความสมดุลให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Yuniati (2021) พบว่า แนวคิดโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอาจเป็นเรื่องแปลกใหม่ในบางพื้นที่ เนื่องจากกลุ่มผู้รับบริการจำนวนมากยังคงขาดความเข้าใจเกี่ยวกับที่มาและผลลัพธ์จากการเข้าพักในโรงแรมดังกล่าว บางครั้งอาจเป็นการสร้างความยากลำบากแก่ผู้รับบริการในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกบางรายการที่ขาดหายไป รวมทั้งยังเป็นการเพิ่มต้นทุนการให้แก่ผู้ประกอบการในการจัดซื้ออุปกรณ์หรือยกเลิกรายการวัสดุบางประเภท นับว่าเป็นกระบวนการบริหารกิจการที่มีความซับซ้อน ในขณะที่เดียวกันภาครัฐและผู้ประกอบการควรสื่อสารกับผู้รับบริการโดยตรงไปตรงมาเกี่ยวกับรูปแบบการบริการที่มีความแตกต่างจากโรงแรมทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นการให้รางวัลหรือมาตรฐานรับรอง การใช้ป้ายรณรงค์การใช้ทรัพยากรเท่าที่จำเป็นแก่ผู้รับบริการให้เกิดความเข้าใจ

1.2 ด้านการจัดการขยะ (Waste management) พบว่า การคัดแยกขยะแต่ละประเภทช่วยให้ทางโรงแรมสามารถนำไปใช้ในกระบวนการแปรรูปเป็นวัสดุเชื้อเพลิงเพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำในแต่ละแผนก ช่วยลดต้นทุนกระบวนการผลิต ในส่วนของขยะบางประเภทยังสามารถนำไปจำหน่ายต่อเพื่อเป็นรายได้ให้กับทางโรงแรม อีกทั้งทางผู้บริหารยังคงส่งเสริมให้แต่ละแผนกมีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ เพื่อทดแทนการใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติก อาทิ ขวดแก้ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ López-Gamero et al. (2023) พบว่า วิธีการจัดการทรัพยากรของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่านการจัดการขยะที่มีแบบแผนนั้น มีส่วนช่วยในการลดต้นทุนของค่าวัสดุอุปกรณ์ที่ทางโรงแรมต้องมีการจัดซื้อใหม่ รวมทั้งนำแนวคิดการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่อาจเกินความจำเป็นในแต่ละวัน และใช้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการรีไซเคิลในกิจกรรมของผู้รับบริการช่วยองค์กรเกิดภาพจำในทิศทางที่ดีตามไปด้วย

1.3 ด้านการจัดการน้ำ (Water management) พบว่า ปริมาณของสิ่งปฏิภูลในแต่ละโรงแรมเป็นสิ่งที่ควบคุมได้ยาก โดยเฉพาะช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีผู้รับบริการเป็นจำนวนมาก การเตรียมความพร้อมในการบำบัดน้ำเสียและระบบระบายน้ำเป็นกระบวนการสำคัญของผู้ประกอบการที่ควรให้ความสำคัญและควบคุมอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งการเลือกใช้สุขภัณฑ์ที่มีตราสัญลักษณ์รับรองจากผู้ผลิต เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำอย่างประหยัดคุ้มค่า ในขณะที่เดียวกันทางโรงแรมยังสามารถตรวจสอบอุปกรณ์การจ่ายน้ำแต่ละประเภทให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน เพื่อไม่ให้เกิดการรั่วไหลของน้ำในบริเวณต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Abdou, Hassan, and El Dief (2020) พบว่า ธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาว มีกระบวนการควบคุมทรัพยากรน้ำอย่างมีคุณภาพ โดยอาศัยตัวชี้วัดลำดับที่ 6 ของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เข้ามาประยุกต์ใช้ด้วยเทคโนโลยีการอนุรักษ์น้ำ เช่น การใช้น้ำดื่มที่มีความปลอดภัยและราคาไม่สูง การฟื้นฟูระบบนิเวศน้ำและการจัดเก็บน้ำ ใช้สำรอง เป็นต้น

1.4 ด้านการจัดการเสียง (Noise management) พบว่า มลภาวะทางเสียงที่เกิดจากกระบวนการให้บริการของแต่ ละโรงแรมนั้น ย่อมส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน หากผู้บริหารไม่มีการติดตามเป็นระยะ อาจได้รับข้อร้องเรียนที่ ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อคุณภาพบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Simpao (2023) พบว่า มาตรฐานของโรงแรมที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อมอาเซียนข้อที่เป็นอุปสรรคมากที่สุด คือ การควบคุมมลพิษทางเสียง เนื่องจากเป็นเกณฑ์การประเมินที่ ผู้ประกอบการโรงแรมยังคงขาดความเข้าใจในแนวทางการปฏิบัติอย่างแท้จริง รวมทั้งองค์ความรู้ข้อกฎหมายที่ต้องปรับเปลี่ยนไป ตามสภาพแวดล้อมและบริบทแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกัน ตลอดจนการยอมรับของชุมชนที่อ้างอิงตามความหนาแน่นของประชากร

1.5 ด้านการจัดการพลังงาน (Energy management) พบว่า การติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทประหยัด พลังงาน ไม่ว่าจะเป็นเครื่องปรับอากาศ ประตูอัตโนมัติ ตลอดจนการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานสะอาด ลด มลพิษ ในขณะที่การนำแผงโซลาร์เซลล์เข้ามาใช้งานยังมีส่วนช่วยลดปัญหาค่าไฟฟ้าราคาสูงได้ในระยะยาว ทางผู้ประกอบการ สามารถวางแผนพัฒนาเพื่อปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของโรงแรมตามรอบระยะเวลาที่กำหนด เพื่อเพิ่มเติมอุปกรณ์ในการอนุรักษ์ พลังงานให้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wulandari et al. (2023) พบว่า การดำเนินงานของโรงแรมภายใต้แนวคิดโรงแรม ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านการจัดการพลังงาน ทางผู้บริหารต้องกำหนดให้พนักงานต้อนรับ ส่วนหน้าชี้แจงเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่ประหยัดพลังงานในแต่ละรายการให้ผู้รับบริการได้รับทราบถึงวิธีการใช้งานที่ถูกต้อง และขอความร่วมมือในการมีส่วนร่วมอนุรักษ์พลังงาน พร้อมทั้งการขอความร่วมมือให้พนักงานและผู้รับบริการหันมาใช้แสงสว่างที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติในเวลากลางวัน ตลอดจนการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการควบคุมการจ่ายพลังงานในแต่ละพื้นที่และการลงทุนติดตั้งโซลาร์เซลล์ในการสร้าง พลังงานทดแทน

1.6 ด้านการจัดการคุณภาพอากาศ (Air quality management) พบว่า โรงแรมเปรียบเสมือนพื้นที่สร้างและรับลด มลพิษทางอากาศจากปัจจัยภายในและภายนอก ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงานและผู้บริการในระยะยาว การหลีกเลี่ยง ปัญหาและสาเหตุของการเกิดปัญหา สามารถทำได้โดยการกำหนดแนวทางการปฏิบัติให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในโรงแรม เพื่อ ลดกิจกรรมที่เป็นต้นเหตุในการทำให้คุณภาพอากาศมีค่าระดับต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน แต่อย่างไรก็ตามวิกฤตการณ์ฝุ่น PM 2.5 ยังคงเป็นปัญหาหลักระดับชาติที่เกิดขึ้นที่มีอุณหภูมิลดลงหรือช่วงฤดูหนาว แต่โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครยังคงต้องเผชิญ อย่างไม่ต่อเนื่องในทุกๆ ปี การใช้เครื่องฟอกอากาศในจุดบริการที่มีผู้รับบริการจำนวนมากสามารถช่วยบรรเทาปัญหาดังกล่าว เพื่อให้เกิดความพร้อมในการดำเนินงานทางผู้บริหารควรมีการจัดเตรียมต้นทุนการจัดซื้อและการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ประเภท ดังกล่าวให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Abdulaali et al. (2020) พบว่า การเตรียมความพร้อมในการรับมือ กับมลพิษทางอากาศ ทางโรงแรมจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของภาครัฐในการกำกับดูแลในระยะยาว โดยเฉพาะคุณภาพ อากาศที่มีความเข้มข้นเฉลี่ยจนถึงระดับวิกฤตในบางช่วงเวลา อาจมีสาเหตุมาจากรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนใน พื้นที่และปัจจัยสนับสนุนอื่นๆ การสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมของโรงแรมยังคงเป็นสิ่งจำเป็น เช่น การเคลื่อนที่ของ อากาศ ความชื้นสัมพัทธ์ เป็นต้น ตลอดจนการทบทวนนโยบายในระดับประเทศ

1.7 ด้านการเลือกใช้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally friendly products) พบว่า การจัดซื้อที่มิตร กับสิ่งแวดล้อมนอกจากเป็นการคัดเลือกวัตถุดิบจากผู้ขายปัจจัยการผลิตตามนโยบายการจัดซื้อสีเขียวแล้ว ทางผู้บริหารโรงแรม ควรตระหนักถึงการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายปัจจัยการผลิตในชุมชนท้องถิ่น ช่วยลดการขนส่งวัตถุดิบจากทางไกลที่มี ราคาสูง และลดโอกาสการปล่อยก๊าซเรือนกระจก อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้และการสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนโดยตรง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Astawa, Budarma, and Widhari (2020) พบว่า ผู้ขายปัจจัยการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีส่วน ช่วยให้เห็นทางโรงแรมระดับ 5 ดาวมีโอกาสได้รับวัตถุดิบที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อการบริโภค การลงทุนในกระบวนการจัดซื้อที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงต้องมีการพิจารณาจุดมุ่งหมายร่วมกันระหว่างทางโรงแรมกับผู้ขายปัจจัยการผลิต อีกทั้งการพิจารณาถึง ข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นต่อการจัดซื้อในอนาคตต่อไป เช่น ความต้องการของผู้รับบริการ การจัดทำสต็อกสินค้า การขนส่ง เป็นต้น

2. แนวทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดจากมุมมองของผู้รับบริการ ในกลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแบ่งประเด็นสำคัญออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

2.1 ด้านคุณค่าของผู้รับบริการ (Customer value) พบว่า ท่าเลที่ตั้งเป็นสิ่งที่คุณค่าที่ผู้รับบริการนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเข้าพัก โดยเฉพาะโรงแรมที่ใกล้กับย่านการค้าและสถานที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร กลายเป็นตัวเลือกในการเข้าพัก ประกอบการออกแบบสภาพแวดล้อมภายในโรงแรมให้มีความโดดเด่นช่วยให้กลุ่มผู้รับบริการตระหนักได้ถึงคุณค่าในการจ่าย ดังนั้นผู้บริหารโรงแรมสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายไว้ล่วงหน้า เพื่อการวางแผนการบริการได้อย่างครบถ้วน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษณีย์ เสวกวชิรี (2566) พบว่า การใช้กลยุทธ์ความต้องการของผู้รับบริการช่วยให้เกิดความพึงพอใจได้ หากมีการศึกษาว่ากลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงแล้วเป็นส่วนแบ่งตลาดกลุ่มใด และมีพฤติกรรมอย่างไร หรือแม้กระทั่งการสอบถามความคิดเห็นหลังกระบวนการบริการจบลงไปแล้ว

2.2 ด้านต้นทุนที่ผู้รับบริการยินดีจ่าย (Customer cost) พบว่า การกำหนดราคาให้สอดคล้องกับความสามารถของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละโรงแรมที่แตกต่างกัน รวมทั้งบางโรงแรมยังมีกลุ่มเป้าหมายรองที่เป็นกลุ่มตลาดเฉพาะ เพื่อเพิ่มโอกาสในการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง อาจแบ่งระดับราคาที่มีความหลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ มังกร ภิรมย์พานิช และ สุรพิชญ์ พรหมสิทธิ์ (2559) พบว่า โรงแรมที่ต้องการสร้างกลยุทธ์การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม ในกรุงเทพมหานคร ผู้รับบริการส่วนใหญ่อาจยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญ เนื่องจากผู้รับบริการทั่วไปให้ความสำคัญกับราคาและการเดินทางเป็นหลัก ดังนั้นกลยุทธ์ดังกล่าวอาจสอดคล้องกับผู้รับบริการกลุ่มตลาดเฉพาะที่น่าสนใจและยอมรับเงื่อนไขได้เท่านั้น

2.3 ด้านความสะดวกของผู้รับบริการ (Customer convenience) พบว่า เทคโนโลยีและนวัตกรรมบริการสำหรับการสำรองห้องพักในกลุ่มธุรกิจบริการยังคงเป็นอีกหนึ่งตัวช่วยสำคัญ ที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงสินค้าบริการได้มากยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่ากลุ่ม OTA บางราย ทางโรงแรมต้องจ่ายค่าธรรมเนียมหรือค่าตอบแทนพิเศษตามสัญญาของแต่ละบริษัทก็ตาม แต่ก็ยังไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าการจำหน่ายห้องพักผ่าน OTA เป็นสิ่งจำเป็น ช่วยเพิ่มการมองเห็นข้อมูลข่าวสารและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Teng, Wu, and Chou. (2020) พบว่า การสำรองห้องพักแบบออนไลน์ มีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความน่าจะเป็นสูงกว่าปัจจัยด้านราคา เนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายมีหลากหลายประเภทให้เลือก และมีขั้นตอนกระบวนการสำรองที่สะดวกรวดเร็ว รวมทั้งยังมีส่วนลดที่สูงกว่าการสำรองห้องพักแบบออฟไลน์ปกติ

2.4 ด้านการสื่อสารกับผู้รับบริการ (Customer communication) พบว่า การตลาดเชิงเนื้อหาและการสร้างเรื่องราวของกิจกรรมที่โรงแรมได้สร้างขึ้นในช่วงเทศกาลและวันหยุดสำคัญผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีส่วนช่วยให้เกิดการบอกต่อแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ ทางผู้รับบริการที่มีประสบการณ์สามารถส่งต่อหรือแชร์เรื่องราวไปยังบัญชีอื่นๆ หรือแม้กระทั่งการให้ระดับคะแนนความนิยม เนื้อหาของทางโรงแรมจะต้องเน้นย้ำภาพลักษณ์ของการเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับผลงานวิจัย Susilo and Santos (2023) พบว่า การสื่อสารการตลาดดิจิทัลของโรงแรมเครือข่ายเลือกใช้สื่ออินสตาแกรมเป็นช่องทางหลักในการนำเสนอแคมเปญ โดยการเขียนเนื้อหาทางการตลาดเป็นการนำเสนอกิจกรรมการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมสอดแทรกเป็นระยะ เช่น พลังงานหมุนเวียน การรักษาคุณภาพน้ำ การจัดการขยะ เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

การจัดการสิ่งแวดล้อมในกลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการปฏิบัติตามมาตรฐานของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อควบคุมทรัพยากรของโรงแรมในแต่ละแผนกให้เกิดความยั่งยืน ช่วยลดต้นทุนการผลิต และมีการกำกับติดตามผลกระทบระยะยาวทั้ง 7 ด้าน รวมทั้งสามารถนำมาใช้เป็นส่วนสนับสนุนการกำหนดภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทางโรงแรมผ่านการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดจากมุมมองของผู้รับบริการ (4C)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกระบวนการวิจัยที่ได้รับมาตรฐานรับรองจากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม ระดับดีมาก หรือระดับเงิน ที่ผู้บริหารโรงแรมต้องมีการวางแผนเพื่อพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรภายในโรงแรมรอบด้านให้ถึงระดับดีเยี่ยม หรือระดับทอง (Gold class) มีค่าคะแนนตั้งแต่ 80 คะแนนขึ้นไป รวมทั้งการประเมินตัวชี้วัดบางตัวที่คะแนนการประเมินน้อย หรือแม้กระทั่งการวิเคราะห์ข้อจำกัดในการดำเนินงาน รวมทั้งการวางแผนเพื่อกำหนดขอบเขตระยะเวลา สมาชิก และงบประมาณ ตลอดจนการตรวจสอบแต่ละพื้นที่ก่อนเข้าสู่การประเมินมาตรฐานตามเป้าหมาย

2. จากผลการวิจัยพบว่า คู่มือโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในวิถี New normal มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ BCG Economy model เพิ่มเติมเข้ามา นับว่าอีกหนึ่งสาระสำคัญที่อาจมีความทับซ้อนด้านเนื้อหาของตัวชี้วัดการประเมิน หรือแม้กระทั่งในบางส่วน SDGs ดังนั้นกลุ่มผู้บริหารหรือคณะทำงานด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมนั้น ต้องมีกระบวนการจัดการองค์ความรู้ เพื่อปรับลดทอนเนื้อหาที่สำคัญและถ่ายทอดให้กับพนักงานใหม่ และนักศึกษาฝึกงานที่ต้องได้รับทราบข้อมูลที่เป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกันอย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะในกลุ่มโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น นับว่าเป็นองค์การที่มีข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุนของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งโรงแรมบางแห่งได้ใช้ระบบเครือข่ายการบริหารงานระดับนานาชาติและมีตราสินค้าที่เข้ามาควบคุมระบบงานที่มีประสิทธิภาพ ย่อมส่งผลให้กิจการไปถึงเป้าหมายได้ง่ายยิ่งขึ้น ผู้วิจัยที่สนใจสามารถปรับเปลี่ยนหัวข้อวิเคราะห์ข้อมูลและขอบเขตพื้นที่ไปยังกลุ่มธุรกิจที่พิกประเภทอื่นๆ ที่มีความแตกต่างจากกรณีศึกษาครั้งนี้ เช่น รีสอร์ท โฮมสเตย์ เป็นต้น เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับบริบทและข้อจำกัดของขนาดองค์กร แนวทางการปฏิบัติงาน การออกแบบโครงสร้างอาคาร ตลอดจนการใช้ทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อค้นพบมีส่วนช่วยให้ผู้บริหารสามารถปรับตัวเพื่อยกระดับคุณภาพบริการและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจที่พิกประเภทต่างๆ ต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้บริหารโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ผลการศึกษาที่ค้นพบอาจเป็นเพียงหลักการและแนวทางปฏิบัติจากผู้ให้บริการเท่านั้น เพื่อให้เกิดการขยายมุมมองของกลุ่มผู้รับบริการที่เข้าพักในโรงแรม ผู้วิจัยที่สนใจสามารถศึกษาประสิทธิภาพของการจัดการสิ่งแวดล้อมทั้ง 7 ด้าน และการตลาด 4C ที่ค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ ผ่านระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทำนายอิทธิพลของ 4C ที่มีต่อการรับรู้ด้วยการสถิติการวิเคราะห์พหุเชิงถดถอย หรือการปรับเปลี่ยนไปใช้ตัวแปรตามอื่นๆ เพื่อวิเคราะห์เชิงพฤติกรรม เช่น ความพึงพอใจ การกลับมาใช้ซ้ำ การตัดสินใจ เป็นต้น ผลการศึกษาน่ากลับไปได้ใช้เป็นข้อเสนอแนะเพื่อทบทวนการวางแผนพัฒนาโรงแรมตามเป้าประสงค์ของผู้บริหาร รวมทั้งนำไปใช้ในการสื่อสารทางการตลาดเพื่อการค้นหาความต้องการของผู้รับบริการที่แท้จริง (Customer insight) ที่กระจายตัวอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2564). *คู่มือโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในวิถี New Normal*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม.
- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2566, 29 มกราคม). *ฐานข้อมูลโรงแรม*. สืบค้นจาก <https://greenhotelthai.com/th/hotel-database>.
- ชัชพล ทรงสนทรวงศ์. (2565). *การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและโรงแรมอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิชพงศ์ พงศ์ภักดิ์. (2553). *วิธีการวิจัยเชิงกรณีศึกษา อีกทางเลือกของวิธีการวิจัย*. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 9(24), 85-102.

- ภาวินีย์ ธนาอนวัช. (2563). กลยุทธ์การบริหารจัดการและการปฏิบัติบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว: โรงแรมกรุงศรีวิเวก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(2), 117-134.
- มังกร ภิรมย์พานิช และ สุรพิชัย พรหมสิทธิ์. (2559). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพฯ ด้วยการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม. *วารสารวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 12(2), 61-70.
- ศิริเพ็ญ เล่าลือตือเกียรติ. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาด 4C's กับกระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโคล์ของคน Gen-Y ในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ศุภวิทย์ด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2566). สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวเดือนเมษายน - มิถุนายน 2566. *TAT Review*, 9(3), 16-34.
- อลิศรา ธรรมบุตร. (2562). กลยุทธ์การจัดการโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 6(2), 62-81.
- อุษณีย์ เสวกวัชร. (2566). การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด 4C'S ที่นำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าร้านหนังสือ. *วารสารมนุษยศาสตร์ (มสส.) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 21(2), 261-278.
- Abdou, A. H., Hassan, T. H., and El Dief, M. M. (2020). A description of green hotel practices and their role in achieving sustainable development. *Sustainability*, 12(22), 9624. DOI: 10.3390/su12229624.
- Abdulaali, H. S., Hanafiah, M. M., Usman, I. M., Nizam, N. U. M., and Abdulhasan, M. J. (2020). A review on green hotel rating tools, indoor environmental quality (IEQ) and human comfort. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(3), 128-157.
- Astawa, I. K., Budarma, I. K., and Widhari, C. I. S. (2020). Green supplier selection practices and its implications of green purchasing: Case study at 5 stars hotel in Bali. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 4(2), 140-149.
- Haq, M. M., Miah, M., Biswas, S., and Rahman, S. M. (2023). The impact of deontological and teleological variables on the intention to visit green hotel: The moderating role of trust. *Heliyon*, 9(4), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14720>.
- López-Gamero, M. D., Molina-Azorín, J. F., Pereira-Moliner, J., and Pertusa-Ortega, E. M. (2023). Agility, innovation, environmental management and competitiveness in the hotel industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(2), 548-562.
- Meredith D., Walter R., and Joyce P. (1996). *Education Research An Introduction*. New York: Mc Graw Hill Book.
- Miles, M., and Huberman, A. (1994). *Qualitative Data Analysis*. California: SAGE Publications.
- Simpao, S. J. (2023). ASEAN Green Hotel Standard Compliance: The Case of Subic Bay Metropolitan Authority, Olongapo City. *Asia-pacific Journal of Convergent Research Interchange*, 9(3), 159-168.
- Susilo, D., and Santos, M. C. K. (2023). Digital Marketing Communication Sustainable Hotel Practice of Accor Group in Social Media. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEAS)*, 3(3), 730-743.
- Teng, Y. M., Wu, K. S., and Chou, C. Y. (2020). Price or convenience: What is more important for online and offline bookings? A study of a five-star resort hotel in Taiwan. *Sustainability*, 12(10), 3972. DOI: 10.3390/su12103972.

- Wulandari, N. K. P., Nadra, N. M., Bagiasuti, N. K., Astawa, I. K., and Budiasa, I. M. (2023). Applying Green Hotel to Enhance Service Quality of The Front Office Staff at Mercure Bali Legian. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 2(2), 104-115.
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Method*. Thousand Osk: Sage Publications, Inc.
- Yuniati, N. (2021). Green hotel concept and practices in Indonesia. *E-Journal of Tourism*, 8(2), 184-196.

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติกของประชาชน
ในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม
Factors Related to Plastic Waste Management of People
in Maha Sarakham Town Municipality, Maha Sarakham Province

รัชชานันท์ ศรีสุภักดิ์^{1*} ประภากร ศรีสว่างวงศ์²

Rutchanun Srisupak^{1*} Prapakorn Srisawangwong²

Corresponding Author's Email: rutchanun@hotmail.com

(Received: December 1, 2023; Revised: March 19, 2024; Accepted: March 25, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการจัดการขยะพลาสติกประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองมหาสารคาม และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติกของประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองมหาสารคาม ประชากรจำนวน 45,881 คน โดยคำนวณขนาดตัวอย่างได้ 380 คน โดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน และรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนเมษายน 2566 ถึงเดือนตุลาคม 2566 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด ต่ำสุด และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการศึกษา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 50.8 มีอายุเฉลี่ย 37.15 ปี ประชาชนมีความรู้ในการจัดการขยะพลาสติกอยู่ในระดับดี (\bar{X} = 8.56, S.D.= 0.11) ด้านเจตคติพบว่าประชาชนไม่แน่ใจเกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก (\bar{X} = 2.36, S.D.= 0.31) และด้านการจัดการขยะพลาสติกประชาชนส่วนใหญ่ปฏิบัติเป็นบางครั้ง (\bar{X} = 1.85, S.D.= 0.24) ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติก พบว่า อายุ ปัจจัยด้านความรู้ ปัจจัยด้านเจตคติ มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นควรมีรูปแบบการจัดการขยะพลาสติกอย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเน้นการสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง อาทิการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยและเหมาะสมต่อประชาชนตามบริบทชุมชนเมืองต่อไป

คำสำคัญ: การจัดการขยะพลาสติก ขยะพลาสติก ประชาชน

Abstract

The objectives of this survey research were to investigate level of plastic waste management of people in the Maha Sarakham Town Municipality and to explore factors related to plastic waste management of people in the Maha Sarakham Town Municipality, Maha Sarakham province. The population was 45,881 people. The sample size was 380 people, which was estimated using multistage sampling. A questionnaire was used as a research instrument for data collection. In this study, data were collected from April 2023 to October 2023 and then analyzed using descriptive statistics, including percentage, mean, standard deviation, maximum, minimum, as well as inferential statistics, including Pearson correlation coefficient.

The results of this study indicated that most of the respondents were female (50.8 %), with an average age of 37.15 years The respondents' knowledge of plastic waste management was at a good level with (\bar{X} = 8.56,

¹อาจารย์สาขาสาธารณสุขชุมชน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

²อาจารย์โปรแกรมวิชาคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

¹Lecturer, Department of Community Public Health Faculty of Science and Technology, Rajabhat Maha Sarakham University

²Lecturer, Department of Computer Science, Rajabhat Maha Sarakham University

S.D.=0.11). When their attitude towards plastic waste management was considered, they were unsure about plastic waste management with (\bar{X} = 2.36, S.D.=0.31). In terms of plastic waste management, most of the respondents sometimes practiced plastic waste management with (\bar{X} = 1.85, S.D.=0.24). The results of studying factors related to plastic waste management revealed that age, monthly , knowledge, and attitude were related to plastic waste management with a statistical significance level of 0.05. Consequently, a concrete plastic waste management model is essential for relevant local agencies by emphasizing building a positive attitude for people continuously as well as creating public relations media that are modern and appropriate for the people in the urban community context.

Keywords: plastic waste management, plastic waste, people

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันปัญหาขยะมูลฝอยเป็นปัญหาสำคัญที่อยู่คู่กับสังคมไทยมายาวนานและนับวันยิ่งมีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้น สาเหตุเนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะมูลฝอยทุกปีตามอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร การขยายตัวทางเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการอุปโภคบริโภคของประชาชน ในขณะที่เดียวกันปริมาณขยะมูลฝอยที่ได้รับการจัดการอย่างถูกต้องแม้ว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบ ในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ทั้งการจัดเก็บ เคลื่อนย้าย รวมทั้งการทำลาย โดยจะได้รับการจัดสรรงบประมาณในการก่อสร้างระบบกำจัดขยะมูลฝอยเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอกับปริมาณขยะ มูลฝอยที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ. 2564 พบว่า มีปริมาณ 24.98 ล้านตัน ลดลงร้อยละ 1.54 จาก พ.ศ. 2563 ที่มีปริมาณ 25.37 ล้านตัน มีสาเหตุมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมาประเทศไทยน้อยลงในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 มีอัตราการเกิดขยะมูลฝอย 1.03 กิโลกรัม/คน/วัน ลดลงจาก พ.ศ. 2563 ที่มีอัตราการเกิดขยะมูลฝอย 1.05 กิโลกรัม/คน/วัน และคิดเป็นขยะพลาสติกหลังการใช้งานประมาณ 2.76 ล้านตัน หรือประมาณร้อยละ 11 ของปริมาณขยะทั้งหมดการจัดการขยะมูลฝอย ใน พ.ศ. 2564 พบว่า มีปริมาณขยะมูลฝอยที่ถูกนำไปกำจัดอย่างถูกต้อง 9.28 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 37 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.04 จาก พ.ศ. 2563 ที่มีปริมาณ 8.67 ล้านตัน ส่วนที่เหลือเป็นขยะมูลฝอยที่ถูกกำจัดอย่างไม่ถูกต้อง 7.81 ล้านตัน คิดเป็นร้อยละ 31 พ.ศ. 2563 ที่มีปริมาณ 8.36 ล้านตัน ทั้งนี้ ปริมาณขยะมูลฝอยที่ถูกนำไปกำจัดอย่างถูกต้องมีปริมาณเพิ่มขึ้น แต่ปริมาณขยะมูลฝอยถูกกำจัดอย่างไม่ถูกต้องและขยะมูลฝอยที่ถูกนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่มีปริมาณลดลง และเมื่อพิจารณาในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาปริมาณขยะมูลฝอยที่เพิ่มขึ้นในช่วง พ.ศ. 2563-2564 จากรายงานปี 2565 ปริมาณขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้น 25.70 ล้านตัน ปริมาณขยะมูลฝอยที่ถูกกำจัดถูกต้อง 9.80 ล้านตัน ปริมาณขยะมูลฝอยที่ถูกกำจัดไม่ถูกต้อง 7.10 ล้านตัน ปริมาณขยะมูลฝอยตกค้าง 9.91 ล้านตัน (กรมควบคุมมลพิษ, 2565)

พลาสติกถือเป็นวัสดุที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าหรือครัวเรือน รวมถึงของกินของใช้ในยุคปัจจุบัน ล้วนทำจากพลาสติกทั้งสิ้น และเหตุนี้จึงทำให้พลาสติกกลายเป็นขยะที่มีปริมาณมากและแพร่หลายอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน เพราะพลาสติกเป็นวัสดุที่ไม่สามารถย่อยสลายด้วยตัวเองเนื่องจากเป็นสารสังเคราะห์และเป็นวัสดุที่ถูกทิ้งเกลื่อนกลาดในทุกๆ วันทั่วโลก โดยเฉลี่ยถุงพลาสติกเป็นขยะที่มีปริมาณมากที่สุด รองลงมาเป็นหลอดเครื่องดื่ม ฝาพลาสติก และภาชนะบรรจุอาหาร ซึ่งจากปัญหาขยะพลาสติกล้นโลก หลายคนจึงหาวิธีกำจัดซึ่งหาวิธีเหล่านั้นอาจทำให้เกิดอันตรายต่อชีวิตได้และวิธีนั้นคือการเผาพลาสติก ซึ่งส่งผลให้เกิดสารพิษในชั้นบรรยากาศจากส่วนประกอบของพลาสติก อาจนำไปสู่การปนเปื้อนของแหล่งน้ำ แหล่งดิน รวมถึงไปถึงอาหารการกิน ซึ่งทำให้คนส่วนใหญ่ได้รับสารพิษจากการสูดดม ติ่มน้ำ และทานอาหารที่มีสารปนเปื้อน (กองสือสารองค์การ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 2565) ณ ปัจจุบัน ขยะพลาสติกที่ตกค้างในสภาพแวดล้อมได้ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ สัตว์ทะเล สัตว์บกและมนุษย์อย่างมหาดล โดยรัฐบาลออกมาตรการลดขยะพลาสติกที่ โดยกำหนดมาตรการงดแจก

ถุงพลาสติกหูหิ้ว ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2563 ส่งเสริมให้ประชาชนใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแทน เน้นการป้องกันหรือลดขยะที่ต้นทางก่อน ให้ผู้ผลิตและร้านค้าปลีกมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการลดขยะพลาสติกที่ต้นทางตั้งแต่การผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ง่ายต่อการรีไซเคิล และมีส่วนร่วมในการจัดระบบการเรียกคืนหรือการเก็บรวบรวมขยะบรรจุภัณฑ์หรือซากผลิตภัณฑ์ฯ (สักรินทร์ นิยมศิลป์, 2563)

จังหวัดมหาสารคามเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่มีจำนวนประชากรประมาณ 948,310 คน (พ.ศ. 2564) และมีความเป็นสังคมเมืองที่มีการขยายตัวสูงตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นและการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสังคมนวมทั้งเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการบริโภคเพิ่มสูงขึ้นอาจทำให้ปริมาณขยะพลาสติกเพิ่มมากขึ้นจึงเกิดการรณรงค์คัดแยกและกำจัดขยะพลาสติกชุมชนแต่ละวันไม่ว่าเป็นการอุปโภคบริโภคแล้วแต่ก่อให้เกิดปริมาณขยะพลาสติกที่เพิ่มสูงขึ้นในทุกปี จากข้อมูลการสำรวจขยะพลาสติกของจังหวัดมหาสารคามมีพื้นที่รองรับและขยะพลาสติกโดยการคัดแยกและนำขยะพลาสติกกลับมาใช้ใหม่จะช่วยประหยัดพื้นที่ฝังกลบประมาณ 2,500 ไร่ (สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดมหาสารคาม, 2564) และเทศบาลเมืองมหาสารคามมีชุมชนในพื้นที่เขตเทศบาล ทั้งสิ้น 30 ชุมชน มีประชากรจำนวน 45,881 คน (กองทะเบียนราษฎรและบัตรประจำตัวประชาชน, 2565) ในปัจจุบันการดำเนินงานด้านการจัดการมูลฝอยได้การขนถ่ายขยะทุกวัน โดยจะส่งไปยังแหล่งกำจัดขยะ มีปริมาณขยะมูลฝอยรวมทั้งสิ้นประมาณ 77 ตันต่อวัน ด้วยโครงสร้างของประกรที่ขึ้น ส่งผลให้ยังคงมีปริมาณขยะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจากข้อมูลพื้นฐานดังกล่าวมานี้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติก เพื่อนำข้อมูลนี้เป็นแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการจัดการขยะพลาสติกให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาจัดการขยะพลาสติกของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติกของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคามจำนวน 45,881 คน (กองทะเบียนราษฎรและบัตรประจำตัวประชาชน, 2565)

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคามจำนวน 45,881 คน โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และกำหนดระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังนั้นจากสูตรจะได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 380 คน (Krejcie and Morgon, 1970) และสุ่มแบบหลายขั้นตอน โดยสุ่มแบบสัดส่วนของประชากรออกเป็นตามชุมชน ทั้งสิ้น 30 ชุมชนและสุ่มอย่างง่ายแบบบังเอิญเจอ จนได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ และทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล 5 ข้อ โดยมีข้อคำถามอายุซึ่งเป็นตัวเลขต่อเนื่อง เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ในการจัดการขยะพลาสติก จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านเจตคติในการจัดการขยะพลาสติกจำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการขยะพลาสติก จำนวน 10 ข้อ

ตัวแปรอิสระ

1) ปัจจัยด้านความรู้ในการจัดการขยะพลาสติก ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบที่ถูกต้องเพียงคำตอบเดียว โดยตอบถูกให้ 1 คะแนนตอบผิดให้ 0 คะแนน โดยจะแบ่งความรู้เป็น 3 ระดับ ผู้วิจัยกำหนดระดับช่วงคะแนนของความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก โดยใช้เกณฑ์ของ Bloom (1971) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความรู้	คะแนนรวม
ดี	8-10 คะแนน
ปานกลาง	5-7 คะแนน
ไม่ดี	0-4 คะแนน

2) ปัจจัยด้านเจตคติการคัดแยกขยะพลาสติก ลักษณะข้อคำถามคำถามเชิงลบ เชิงบวก เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว หลักเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ตัวเลือก	ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ
เห็นด้วย	3 คะแนน	1 คะแนน
ไม่แน่ใจ	2 คะแนน	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	1 คะแนน	3 คะแนน

เกณฑ์การแปลผลค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านเจตคติการคัดแยกขยะ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับคะแนนของ Best (1977) ดังนี้

เห็นด้วย	คือ คะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.34-3.00
ไม่เห็นด้วย	คือ คะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.67-2.33
ไม่เห็นด้วย	คือ คะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.00-1.66

3) ปัจจัยด้านการจัดการขยะพลาสติก ลักษณะข้อคำถามคำถามเชิงลบ เชิงบวก เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว หลักเกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ตัวเลือก	ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ
ประจำ	3 คะแนน	1 คะแนน
บางครั้ง	2 คะแนน	2 คะแนน
ไม่เคย	1 คะแนน	3 คะแนน

เกณฑ์การแปลผลค่าคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านการปฏิบัติในการคัดแยกขยะ แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับคะแนนของ Best (1977) ดังนี้

ประจำ	คือ คะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.34-3.00
บางครั้ง	คือ คะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.67-2.33
ไม่เคย	คือ คะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 1.00-1.66

การทดสอบเครื่องมือ

1) การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) นำมาวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย IOC โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่าเท่ากับ 0.88

2) การหาค่าความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม ที่ปรับปรุงแก้ไขไปแล้วทดลองใช้ (Try Out) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา จากสูตรของครอนบาค (Alpha coefficient) ในส่วนของปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการคัดแยกขยะพลาสติก ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.81 ปัจจัยด้านเจตคติเกี่ยวกับการคัดแยกขยะพลาสติกได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.95 ปัจจัยด้านการจัดการการคัดแยกขยะพลาสติกได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.85

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ประสานหน่วยงานเทศบาลเมืองมหาสารคามเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

3.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแบบสอบถาม

3.3 รวบรวมข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ผลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

5. สถิติที่ใช้และการนำเสนอข้อมูล

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุดและค่าสูงสุด

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson product moment correlation)

ผลการวิจัย

1. ผลศึกษาจัดการขยะพลาสติกของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

1.1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.80 มีอายุเฉลี่ย 37.15 ปี (S.D.= 0.57) อายุสูงสุด 59 ปี อายุต่ำสุด 20 ปี ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 47.10 อาชีพส่วนใหญ่รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 53.70 และรายต่อปีส่วนใหญ่ต่ำกว่า 100,000 บาทร้อยละ 49.50

1.2 ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก (n=380)

ระดับความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก						
ความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก	ดี (8-10) จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง (5-7) จำนวน (ร้อยละ)	ไม่ดี (0-4) จำนวน (ร้อยละ)	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก	319 (84.00)	51 (13.50)	10 (2.60)	8.56	0.11	ดี

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก พบว่า ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก ภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 8.56 (S.D.= 0.11) ร้อยละ 84.00

1.3 ปัจจัยด้านเจตคติเกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเจตคติเกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก (n=380)

เจตคติเกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก	ระดับเจตคติเกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก			\bar{X}	S.D.	แปลผล
	เห็นด้วย (2.34-3.00)	ไม่แน่ใจ (1.67-2.33)	ไม่เห็นด้วย (1.00-1.66)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
เจตคติในการจัดการขยะพลาสติก	80 (22.10)	294 (74.23)	6 (1.50)	2.36	0.31	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านเจตคติเกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติกพบว่า ประชาชนมีการจัดการขยะ พลาสติกโดยภาพรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.36 (S.D.= 0.31) คิดเป็นร้อยละ 74.23

1.4 ปัจจัยด้านการจัดการขยะพลาสติก

ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างระดับการจัดการขยะพลาสติก (n=380)

ระดับการจัดการขยะพลาสติก	การจัดการขยะพลาสติก			\bar{X}	S.D.	แปลผล
	ประจำ (2.34-3.00)	บางครั้ง (1.67-2.33)	ไม่เคย (1.00-1.66)			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
การจัดการขยะพลาสติก	139 (35.70)	225 (59.20)	19 (5.00)	1.85	0.24	บางครั้ง

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการขยะพลาสติก พบว่า ประชาชนมีการจัดการขยะพลาสติกโดยภาพรวมอยู่ในระดับบางครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.85 (S.D.= 0.34) คิดเป็นร้อยละ 59.20

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติกของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 4 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ ปัจจัยด้านความรู้ ปัจจัยด้านทัศนคติ กับการจัดการขยะพลาสติก

ตัวแปร	R	p-value
อายุกับการจัดการขยะพลาสติก	0.13	.01
ความรู้กับการจัดการขยะพลาสติก	0.16	< .01
เจตคติกับการจัดการขยะพลาสติก	0.45	.04

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ ปัจจัยด้านความรู้ ปัจจัยด้านเจตคติต่อการจัดการขยะพลาสติกของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า อายุ และรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (r) เท่ากับ 0.13 ส่วนปัจจัยด้านความรู้ และเจตคติ มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (r) เท่ากับ 0.45 และ 0.16 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. การศึกษาระดับการจัดการขยะพลาสติกของประชาชนเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม พบว่า ประชาชนมีระดับความรู้ในการจัดการขยะพลาสติกอยู่ในระดับดี สอดคล้องกับการวิจัยสมพงษ์ แก้วประยูร (2558) ความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยในครัวเรือนของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองควนลัง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่ามีความรู้ในการจัดการขยะมูลฝอยในครัวเรือนอยู่ในระดับสูง ดังนั้นเทศบาลควรให้ความรู้ประชาชนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสร้างจิตสำนึกที่ดีและสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะต่อไป

2. การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติกของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม

2.1 อายุ พบว่าอายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจัดการขยะพลาสติก ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ จอมจันทร์ นทีวัฒนา และวิชัย เทียนถาวร (2560) ความรู้และทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลดขยะชุมชนแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา พบว่า อายุมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการพฤติกรรมการลดขยะ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้มีการคัดแยกกับประชาชนทุกกลุ่มในการคัดแยกขยะพลาสติกอย่างถูกต้องและให้เกิดความต่อเนื่อง

2.2 ปัจจัยด้านความรู้ที่มีต่อการจัดการขยะพลาสติก พบว่าความรู้ในการจัดการขยะพลาสติกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการจัดการขยะพลาสติกกับการปฏิบัติตนในการจัดการขยะพลาสติก เนื่องจากมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติกจะส่งผลให้มีการจัดการขยะพลาสติก สอดคล้องกับวิจัยของศุภพร วิเศษชาติ, สมบัติ ศิลา และ สุจินดา แสงจันทร์ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการคัดแยกขยะมูลฝอยของประชาชนชุมชนที่ 2 เมืองวังน้ำเย็นจังหวัดสระแก้ว พบว่าความรู้มีความสัมพันธ์ต่อการคัดแยกขยะ ดังนั้นเทศบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีรูปแบบการส่งเสริมให้ความรู้แก่ประชาชนอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม เช่นการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยเพื่อให้เข้ากับบริบทชุมชนเมือง

2.3 ปัจจัยด้านเจตคติที่มีต่อการจัดการขยะพลาสติก พบว่า เจตคติในการคัดแยกขยะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติตนในการจัดการขยะพลาสติก เนื่องจากแต่ละบุคคลมีเจตคติที่ดีจึงส่งผลให้มีการปฏิบัติที่ดี ดังนั้นการจัดการขยะพลาสติกในชุมชนจึงมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น เพราะประชาชนมีความรู้และเจตคติที่ดีขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัชชานันท์ ศรีสุภักดิ์ (2566) ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการคัดแยกขยะพลาสติกของประชาชนในเขตพื้นที่บ้านท่าแร่ ตำบลแก่งเลิงจาน อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม ดังนั้น เทศบาลควรมุ่งสร้างเจตคติที่ดีในเรื่องการคัดแยกขยะพลาสติกให้แก่ประชาชน อาทิ ส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางการจัดการขยะพลาสติก ซึ่งเป็นการกระตุ้น ให้มีความเข้าใจและความตระหนักถึงประโยชน์ของการคัดแยกขยะพลาสติกถูกต้องและเกิดความยั่งยืนต่อไปได้

สรุปผลการวิจัย

1. ผลศึกษาจัดการขยะพลาสติกของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 50.8 มีอายุเฉลี่ย 37.15 ปี ประชาชนมีความรู้ในการจัดการขยะพลาสติกอยู่ในระดับดี ด้านเจตคติพบว่าประชาชนไม่แน่ใจเกี่ยวกับการจัดการขยะพลาสติก และด้านการจัดการขยะพลาสติกประชาชนส่วนใหญ่ปฏิบัติเป็นบางครั้ง

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติก พบว่า อายุ รายได้ ปัจจัยด้านความรู้ ปัจจัยด้านเจตคติ มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการขยะพลาสติกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับรูปแบบในการจัดการขยะพลาสติกและศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องร่วมกับการมีส่วนร่วมในการจัดการขยะเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยท้องถิ่นควรมีรูปแบบการจัดการขยะพลาสติกอย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเน้นการสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง อาทิการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยและเหมาะสมต่อประชาชนตามบริบทชุมชนเมืองต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมมลพิษ. (2565). กองจัดการกากของเสียและสารอันตราย กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. สืบค้นจาก <https://www.pcd.go.th>.
- กองทะเบียนราษฎรและบัตรประจำตัวประชาชน. (2565). พื้นที่อำเภอเมืองมหาสารคาม. สืบค้นจาก <https://mkm.go.th>.
- กองสื่อสารองค์การ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. (2565). โทษของโฟมและพลาสติก. สืบค้นจาก <https://cci.rmutp.ac.th>
- จอมจันทร์ นทีวัฒนา และ วิชัย เทียนถาวร. (2560). ความรู้และทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการลดขยะชุมชนแม่กา อำเภอเมืองจังหวัดพะเยา. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)*, 25(2), 316-330.
- รัชชานันท์ ศรีสุภักดิ์. (2566) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการคัดแยกขยะพลาสติกของประชาชนในเขตพื้นที่บ้านท่าแร่ ตำบลแก่งเลิงจาน อำเภอเมืองมหาสารคาม. *วารสารวิจัยสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*. 12(1), 70-77.
- ศุภษร วิเศษชาติ, สมบัติ ศิลา และสุ นิสา แสงจันทร์ (2560) ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการคัดแยกขยะมูลฝอยของประชาชนชุมชนที่ 2 เมืองวังน้ำเย็นจังหวัดสระแก้ว. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 5(2), 422-445.
- สมพงษ์ แก้วประยูร. (2558). *ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยในครัวเรือนของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองควนลัง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา.
- สักรินทร์ นิยมศิลป์. (2563) *วิกฤตขยะพลาสติก ถูกซ้ำเติมโดยโควิด-19*. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นจาก https://www.thaihealthreport.com/th/articles_detail.php?id=65
- สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดมหาสารคาม. (2564). *การพัฒนาด้านเศรษฐกิจสังคม*. สืบค้นจาก <https://mahasarakham.mnre.go.th>.
- Best, J. W. (1977). *Research in Education*. New Jersey: Prentice hall Inc.
- Bloom, B.S. (1971). *Handbook on Formative and Summative Evaluation of Study of Learning*. New York: Science Press.
- Krejcie, R., and Daryle, W. (1970). Determining Sample Size to Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 3(1970), 607-610.

การวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Financial Planning for the Retirement Stability of Personnel at Loei Rajabhat University

จิราวดี กำยาน¹

Jirawadee Kumyan¹

Corresponding Author's Email: jirawadee.kum@lru.ac.th¹

(Received: July 24, 2023; Revised: April 21, 2024; Accepted: April 26, 2024)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ 2) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุกับข้อมูลส่วนบุคคล 3) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุกับข้อมูลส่วนบุคคล ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 297 คน เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบหาความแตกต่างตามสมมติฐาน ใช้สถิติแบบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว สถิติถดถอยพหุคูณ และหากการวิเคราะห์พบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD

ผลการศึกษาลงได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 30-39 ปี สถานภาพสมรสแล้ว พักอาศัยอยู่กับครอบครัว มีจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกัน 4 คนขึ้นไป มีภาระการเลี้ยงดูคนในครอบครัวจำนวน 1-2 คน เป็นบุคลากรสายวิชาการ ได้รับเงินเดือน/ค่าจ้าง จากงบประมาณแผ่นดิน มีรายได้ประมาณ 20,000-30,000 บาท/เดือน มีการศึกษาระดับปริญญาโท สังกัดหน่วยงานสำนักงานอธิการบดี มีภาระหนี้สินและค่าใช้จ่าย เช่น ค่าผ่อนชำระค่าวงจรถยนต์ ค่าบ้าน เงินกู้ยืมเพื่อสร้างที่อยู่อาศัย ค่าผ่อนชำระบัตรเครดิต และสินเชื่อส่วนบุคคล เป็นต้น ไม่มีการวางแผนทำประกันสุขภาพ แต่มีการวางแผนทำประกันชีวิต และมีความสนใจติดตามข้อมูลข่าวสารหรือเข้าร่วมอบรม สัมมนาทางด้านการเงิน

มีระดับความคิดเห็นต่อการวางแผนทางการเงินเพื่อความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิต อยู่ในระดับมาก ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความคาดหวังผลตอบแทน ด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านการประเมินสถานะทางการเงิน และด้านแหล่งรายได้สำรอง อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ และระดับของการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ช่วงอายุ, ประเภทบุคลากร, มีการทำประกันชีวิตแตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณอายุ และการให้ความสำคัญต่อบริษัทในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิต ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมด้านการเงิน การยอมรับความเสี่ยง ด้านความคาดหวังผลตอบแทน ด้านการประเมินสถานะทางการเงิน และด้านแหล่งรายได้สำรอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การวางแผนทางการเงิน การเงินส่วนบุคคล ความมั่นคงทางการเงินในวัยเกษียณอายุ

Abstract

The objectives of this study were to study 1) Opinions on financial planning for stability in retirement 2) Compare and contrast financial planning for stability in retirement with personal information and 3) Compare the difference between financial planning practices to ensure retirement security and personal information. The sample

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Lecturer, Finance, Faculty of Management Sciences, Loei Rajabhat University

population was 297 Loei Rajabhat University personnel, collected using a questionnaire. Statistics used to analyze data are frequency values, percentage values, arithmetic mean values, standard deviation values, and testing for differences according to assumptions using t-statistics. One-way analysis of variance; Multiple regression statistics; and if the analysis finds differences, they will be compared in pairs using the LSD method.

The results were : The majority of the sample were female. Age range between 30-39 years, marital status. living with family, having 4 or more members living together, having the burden of caring for 1-2 family members, being academic personnel, receiving a salary/wage from the national budget, having an income of approximately 20,000-30,000 baht/month, having a master's degree, belonging to the office of the president, having debts and expenses such as car installment payments, house payments, and loans to build a residence. credit card installment payments and personal loans, etc. There is no plan for health insurance. But planning to get life insurance and are interested in following the news or participating in a training seminar on finance.

There is a level of opinion on financial planning for security in retirement. Overall, it is at a moderate level. And when considering each issue, it was found that setting goals in life at a high level of knowledge and understanding, return expectation, risk acceptance, financial evaluation and alternative sources of income are at a moderate level, respectively, and the level of practice in financial planning to create stability in retirement overall is at a moderate level. Personal information such as age range, type of personnel, and having different types of life insurance affects financial planning behavior for retirement and gives importance to factors in each area, including setting goals in life, knowledge and understanding about financial preparation, acceptance of risk, expectation of return, and evaluation of financial status. And in terms of alternative sources of income, they are different, with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: financial planning, personal finance, financial stability of retirement

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันโครงสร้างทางสังคมไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งมีความเสี่ยงต่อการดำเนินชีวิตจากปัญหาทางสุขภาพ ปัญหาทางการเงิน และปัญหาทางสังคม ส่งผลให้การใช้จ่ายงบประมาณของภาครัฐเพื่อดูแลผู้สูงอายุซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะขาดรายได้ จึงต้องพึ่งพิงรายได้จากครอบครัว หรือขอรับความช่วยเหลือจากทางภาครัฐ ซึ่งอาจไม่เพียงพอ ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีความเป็นอยู่ที่ลำบากมากขึ้น ขณะที่ผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560) ด้านการให้ความช่วยเหลือดูแลแก่ผู้สูงอายุในไทย พบว่าประชาชนส่วนใหญ่เห็นชอบต่อการสนับสนุนสิทธิพิเศษสำหรับผู้สูงอายุลดลง อันได้แก่ การให้เบี้ยยังชีพแก่ผู้สูงอายุรายเดือน การยกเว้นภาษีให้แก่ผู้สูงอายุ และมีความต้องการให้ภาครัฐให้ความช่วยเหลือผู้สูงอายุด้วยการจัดให้มีสวัสดิการ อันได้แก่ สถานสงเคราะห์ผู้สูงอายุ สถานพยาบาล รวมถึงบ้านพักผู้สูงอายุมากขึ้น ในขณะที่ผู้สูงอายุเองมีความเชื่อว่าจะตนเองสามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดีหลังวัยเกษียณ มีกำลังซื้อเพียงพอต่อบริการเหล่านี้ จึงต้องการให้ภาครัฐให้การสนับสนุนในด้านที่พักอาศัยมากขึ้น ในขณะที่สถิติ บวรสันติสุข (2558) กล่าวว่าคนไทยในวัยเกษียณนั้นมีความสุขชีวิตที่ไม่สุขสบายนัก เนื่องจากมีเงินออมเพียงประมาณ 13% ของรายได้เฉลี่ยในช่วง 5 ปีสุดท้ายก่อนที่จะเกษียณเท่านั้น ซึ่งตามมาตรฐานโดยทั่วไปแล้วบุคคลซึ่งเข้าสู่วัยเกษียณควรมีเงินออมประมาณ 70% ของรายได้เฉลี่ยในช่วง 5 ปีสุดท้ายก่อนเกษียณ ดังนั้น การออมเพื่อการเกษียณอายุเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกคน แต่ยิ่งสำคัญมากขึ้น เนื่องจากประชากรในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะอายุยืนขึ้นและจำนวนคนช่วงวัยทำงานลดลง ปัจจุบันประเทศไทยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปประมาณ 18.5 ล้านคน คิดเป็น 15.9% ของประชากรทั้งหมด และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 28.1 ล้านคน หรือ 25.8% ของประชากรทั้งหมดภายในปี 2573 (สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562) ทั้งนี้สาเหตุส่วนหนึ่งของการมีเงินออมไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายหลังวัยเกษียณนั้น มาจากการ

เริ่มต้นที่ล่าช้าในการวางแผนทางการเงิน และความเชื่อมั่นต่อคุณภาพชีวิตหลังวัยเกษียณที่สูงเกินความเป็นจริง การวางแผนโดยปราศจากความรู้ความเข้าใจ รวมถึงการประมาณการค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต่ำไป ส่งผลให้เงินออมที่สะสมไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้จ่ายหลังวัยเกษียณ (วีระชาติ กิเลนทอง, บุญเลิศ จิตรมณีโรจน์, ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล และอาชวี ปวีณรัตน์, 2556) ซึ่งผลกระทบดังกล่าวนี้ทำให้ผู้มีเงินได้ปัจจุบันส่วนหนึ่งเริ่มให้ความสำคัญกับการใช้ชีวิตหลังวัยเกษียณมากขึ้น

ดังนั้นสิ่งที่ผู้มีเงินได้ควรให้ความสำคัญมากขึ้นคือการเริ่มเตรียมความพร้อมสำหรับวัยเกษียณ โดยการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณนี้ ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญสำหรับการเตรียมความพร้อมซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในอนาคตได้ โดยจากการศึกษาของ สิริลักษณ์ วรรณกุล และนางคินตย์ จันทร์จรัส (2559) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมทางการเงินเพื่อเกษียณของผู้มีรายได้อายุระหว่าง 22-60 ปี ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่า ผู้มีรายได้ประจำอายุระหว่าง 22-60 ปี ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี มีการออมหรือลงทุนทุกเดือน ในระยะยาว 5 ปีขึ้นไป ด้วยสัดส่วน 10% อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังอยู่ที่ 6%-8% ทำการศึกษาข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนในอนาคต โดยข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณและการให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลในแต่ละด้าน ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อ ความคาดหวังต่อผลตอบแทน และการยอมรับความเสี่ยงแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในด้านพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณของผู้มีเงินได้ และปัจจัยด้านคุณลักษณะเฉพาะบุคคล อันได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการประเมินสถานะทางการเงิน ด้านความคาดหวังต่อผลตอบแทน ด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิต ด้านแหล่งรายได้สำรอง รวมถึงระดับการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อการเกษียณอายุ ประกอบด้วย ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการประเมินสถานะทางการเงิน และด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิต เป็นไปในทิศทางใด มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ เพื่อเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมทางการเงินก่อนการเกษียณอายุ และวางแผนการออมเงินอย่างถูกวิธีที่จะมีคุณภาพชีวิตหลังเกษียณอายุที่ดีและมั่นคง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณอายุ
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณอายุกับข้อมูลส่วนบุคคล
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณอายุกับข้อมูลส่วนบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research)
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จากข้อมูลของกองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (2562) มีบุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุน จำนวน 593 คน ดังนั้นจึงทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรสูงสุด (α) ในตารางของ Taro Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญ ยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 และทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) มีสำนัก/สถาบัน/ศูนย์/สาขาวิชา/คณะ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จนได้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 297 คน

3. สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามแบบปลายเปิดและปิด ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Validity) พร้อมพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้โดยค่า IOC (Item-objective congruence index) ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปและปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ภาระการเลี้ยงดูครอบครัว ที่พักอาศัย ประเภทบุคลากร ประเภทงบประมาณของเงินเดือน/ค่าจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา หน่วยงานที่สังกัด ภาระหนี้สินหรือค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน การทำประกันสุขภาพ ประกันชีวิต ความสนใจข่าวสารทางการเงิน

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้และการเตรียมความพร้อมทางการเงินเพื่อวัยเกษียณอายุ จำแนกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ความเข้าใจ 2) ด้านการประเมินสถานะทางการเงิน 3) ด้านความคาดหวังผลตอบแทน 4) ด้านการยอมรับความเสี่ยง 5) ด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิต 6) ด้านแหล่งรายได้สำรอง

ส่วนที่ 3 ระดับการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อการเกษียณอายุ ประกอบด้วย รูปแบบการออมและการลงทุน วัตถุประสงค์ในการวางแผนทางการเงิน และการจัดสรรเงินลงทุน ในส่วนที่ 2 และ 3 เป็นลักษณะคำถามใช้แบบ Likert Scale ค่าระดับความคิดเห็นแบ่งเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นถึงข้อปัญหาหรืออุปสรรคในการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ เพราะเหตุใด จำนวน 1 ข้อ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนัก/สถาบัน/ศูนย์/สาขาวิชา/คณะ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยในช่วงระหว่างปี 2562-2563 จนได้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 297 คน (กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2562)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ภาระการเลี้ยงดูครอบครัว ที่พักอาศัย ประเภทบุคลากร ประเภทงบประมาณของเงินเดือน/ค่าจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา หน่วยงานที่สังกัด ภาระหนี้สินหรือค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน การทำประกันสุขภาพ ประกันชีวิต ความสนใจข่าวสารทางการเงิน และค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่ระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้และการเตรียมความพร้อมทางการเงินเพื่อวัยเกษียณอายุ และระดับการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อการเกษียณอายุ

5.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้ เพื่อการศึกษาถึงการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ โดยมุ่งหมายเพื่อการวิจัยถึงการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ ซึ่งจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล, ปัจจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้และการเตรียมความพร้อมด้านการเงินเพื่อการเกษียณอายุ จำแนกเป็น 6 ด้าน และระดับการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อการเกษียณอายุ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA), สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และหากการวิเคราะห์พบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งรายละเอียดออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม รายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าร้อยละของข้อมูลแสดงสถานภาพกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ร้อยละ
1. เพศ ชาย	44.10
หญิง	55.90
2. ช่วง อายุ 30-39 ปี	37.40
3. สถานภาพ สมรส	54.50
4. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยร่วมกันในปัจจุบัน 4 คนขึ้นไป	54.20
5. มีภาระเลี้ยงดูครอบครัว 1-2 คน	36.70
6. พักอาศัยอยู่กับครอบครัว	41.10
7. ประเภทบุคลากรสายวิชาการ	53.90
8. ประเภทงบประมาณของเงินเดือน/ค่าจ้าง งบประมาณแผ่นดิน	68.00
9. รายได้ 20,001-30,000 บาท	31.30
10. การศึกษา ระดับปริญญาโท	47.80
11. สังกัดหน่วยงาน สำนักงานอธิการบดี	19.20
12. มีหนี้สินหรือภาระผ่อนค่าใช้จ่าย	79.10
13. ไม่มีการทำประกันสุขภาพ	50.50
14. มีการทำประกันชีวิต	50.20
15. มีความสนใจเข้าร่วม/ติดตามข้อมูลข่าวสารทางการเงิน	68.00

2. ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นต่อการวางแผนทางการเงิน เพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

2.1 ในการศึกษาที่มีการแบ่งประเด็น จำแนกเป็น 6 ด้าน รายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคง ในวัยเกษียณอายุ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านความรู้ความเข้าใจ	3.423	0.718	ระดับปานกลาง
2. ด้านการประเมินสถานะทางการเงิน	3.281	0.884	ระดับปานกลาง
3. ด้านความคาดหวังผลตอบแทน	3.305	0.841	ระดับปานกลาง
4. ด้านการยอมรับความเสี่ยง	3.308	0.784	ระดับปานกลาง
5. ด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิต	3.713	0.814	ระดับมาก
6. ด้านแหล่งรายได้สำรอง	2.574	1.072	ระดับปานกลาง
ภาพรวม	3.267	0.852	ระดับปานกลาง

2.2 ระดับของการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.251$, S.D. = 0.914)

3. ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลส่งผลต่อการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับการวางแผนทางการเงินวัยเกษียณอายุในแต่ละด้าน พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญต่อบัจจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้และการเตรียมความพร้อมด้านการเงินเพื่อการเกษียณอายุ ด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิต ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมด้านการเงิน การยอมรับความเสี่ยง ด้านความคาดหวังผลตอบแทน ด้านการประเมินสถานะทางการเงิน และด้านแหล่งรายได้สำรอง อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

โดยเพศที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแหล่งรายได้สำรอง โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแหล่งรายได้สำรองมากกว่าเพศชาย ขณะที่เพศชายจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจมากกว่าเพศหญิง

ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 6 ด้านแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ และปัจจัยด้านการยอมรับความเสี่ยง ต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุสูงกว่า

สถานภาพที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิตแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดและสมรส จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ และกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิตมากกว่า

จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับการกำหนดเป้าหมายในชีวิตแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 คน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิตต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คนขึ้นไป

ที่พักอาศัยที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับการประเมินสถานะทางการเงิน และด้านแหล่งรายได้สำรองแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เช่าที่พักอาศัยจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการประเมินสถานะทางการเงินต่ำกว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของที่พักอาศัย ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีที่พักอาศัยเป็นของครอบครัวจะให้ความสำคัญกับการประเมินสถานะทางการเงินมาก

ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความคาดหวังผลตอบแทน ด้านการยอมรับความเสี่ยง และด้านแหล่งรายได้สำรอง โดยกลุ่มตัวอย่างประเภทสายวิชาการ, สายสนับสนุนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความคาดหวังผลตอบแทน ด้านการยอมรับความเสี่ยงมากกว่ากลุ่มตัวอย่างประเภทลูกจ้างชั่วคราว โดยกลุ่มตัวอย่างประเภทลูกจ้างชั่วคราว จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแหล่งรายได้สำรองมากกว่า

การได้รับเงินเดือน/ค่าจ้างแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 6 ด้านแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้/ค่าจ้างเป็นงบประมาณแผ่นดินจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความคาดหวังผลตอบแทน ด้านการยอมรับความเสี่ยงมากกว่ากลุ่มตัวอย่างประเภทงบประมาณรายได้ โดยกลุ่มตัวอย่างประเภทงบประมาณรายได้ จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแหล่งรายได้สำรอง

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 6 ด้านแตกต่างกัน โดยในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการยอมรับความเสี่ยงต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่า

หน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความคาดหวังผลตอบแทน และด้านแหล่งรายได้สำรองแตกต่างกัน

ส่วนภาวะการเลี้ยงดูครอบครัว ระดับรายได้ ภาวะหนี้สิน การทำประกันสุขภาพ และความสนใจในการติดตามข่าวสารทางการเงิน แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 6 ด้านไม่แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านต่างๆ เลย

4. ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลส่งผลต่อระดับการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ประกอบด้วย ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการประเมินสถานะทางการเงิน และด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิต เมื่อทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง กับระดับการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อการเกษียณอายุ พบว่า เพศ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ภาวะการเลี้ยงดูครอบครัว ที่พักอาศัย ประเภทบุคลากร ประเภทงบประมาณของเงินเดือน/ค่าจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา หน่วยงานที่สังกัด ภาวะหนี้สินหรือค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน การทำประกันสุขภาพ ประกันชีวิต ความสนใจข่าวสารทางการเงิน ที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 3 ด้านไม่แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านต่างๆ แต่อายุที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการประเมินสถานะทางการเงิน และด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิต โดยกลุ่มตัวอย่างที่อายุน้อยกว่า 30 ปี จะให้ความสำคัญกับระดับการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อเกษียณอายุมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 30-49 ปี

อภิปรายผล

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ภาวะการเลี้ยงดูครอบครัว ที่พักอาศัย ประเภทบุคลากร ประเภทงบประมาณของเงินเดือน/ค่าจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับการศึกษา หน่วยงานที่สังกัด ภาวะหนี้สินหรือค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน การทำประกันสุขภาพ ประกันชีวิต ความสนใจข่าวสารทางการเงิน ที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการวางแผนทางการเงินเพื่อความมั่นคงในวัยเกษียณอายุ แตกต่างกันไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของसानิต มิอาทร (2560) ได้ศึกษาทัศนคติต่อการออมและการลงทุนของพนักงานมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อการออมและการลงทุนของพนักงานมหาวิทยาลัย ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการออมและการลงทุนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านผลตอบแทนที่คาดหวัง ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความเชื่อ และด้านประสิทธิภาพการออมและการลงทุน นอกจากนี้การวางแผนการใช้ชีวิตยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอนัญญา ไปราณานนท์ และวันวิฐุ สรณารักษ์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนการเงินหลังเกษียณอายุการทำงานของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการวางแผนการเงินหลังเกษียณอายุการทำงานของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีด้วยกัน 6 ปัจจัย ได้แก่ อายุ อายุการทำงาน รายได้ รายจ่าย การรับข้อมูลข่าวสาร และความถี่ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยทุกปัจจัยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมนไม่เกิน 0.3 แสดงว่ามีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ยกเว้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมนอยู่ที่ 0.55 ย่อมแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับการวางแผนการเงินหลังเกษียณอายุการทำงานและเมื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในเรื่องอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับวางแผนการเงิน ผู้ที่เคยรับรู้ข้อมูลข่าวสารจะไม่เห็นด้วยกับการวางแผนการเงินหลังเกษียณเมื่อใกล้เกษียณ ซึ่งแตกต่างกับผู้ที่ไม่เคยรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีความเห็นเพียงไม่แน่ใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณอายุ ของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้และการเตรียมความพร้อมด้านการเงินเพื่อการเกษียณอายุ ด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิต การยอมรับความเสี่ยง ด้านความคาดหวังผลตอบแทน เนื่องจากการออมและการลงทุนในแต่ละครั้งนั้นมีค่าเสียโอกาสที่แตกต่าง การเลือกทางที่ให้ผลตอบแทนมากที่สุดจึงเป็นทางเลือกในอันดับต้นๆ และพิจารณาความเสี่ยงที่ยอมรับได้จึงมี

ความสำคัญในลำดับถัดมา สอดคล้องกับการศึกษาของกริตา เรียร์ถาวร (2563) ได้ศึกษารูปแบบการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 ภาคกลาง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า 1) พนักงานการไฟฟ้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 59 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส โดยมีบุตรจำนวน 2 คน ต่อครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 บาทขึ้นไป ไม่มีอาชีพเสริม มีความรู้เรื่องการออมเงินระดับปานกลาง และอาศัยบ้านของตนเอง 2) พฤติกรรมการปรับตัวในการดำเนินชีวิตก่อนเกษียณอายุของพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้อื่น และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านสุขภาพร่างกาย 3) รูปแบบการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการใช้เวลา 4) พนักงานที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนบุตร และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีรูปแบบการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุโดยรวมไม่แตกต่างกัน และ 5) พนักงานที่มีอาชีพเสริม มีความรู้เกี่ยวกับการออม/ลงทุน และการปรับตัวในการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรูปแบบการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกรณิกา วาระวิชณี (2560) ได้ศึกษาเรื่องความรู้ทางการเงินและความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของพนักงานในสถาบันการเงิน กรณีศึกษา จากพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางการเงินและความอยู่ดีมีสุขทางการเงินของบุคลากรในอุตสาหกรรมการเงินในประเทศไทย โดยอาศัยกรณีศึกษาจากพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 คน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความรู้ทางการเงินโดยเฉลี่ยร้อยละ 79.14 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 97.3 และ 77.0 มีความอยู่ดีมีสุขทางการเงินด้านหนี้สินและด้านเงินออมเหมาะสม ตามลำดับ ในขณะที่มีกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 24.3 ที่มีความอยู่ดีมีสุขทางการเงินด้านสภาพคล่องเหมาะสม นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ด้วยการทดสอบแบบ t-test พบว่าความรู้ทางการเงินมีความสัมพันธ์กับความอยู่ดีมีสุขทางการเงินด้านหนี้สินและด้านเงินออมเหมาะสม ในขณะที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความอยู่ดีมีสุขทางการเงินด้านสภาพคล่อง

3. ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณอายุ ประกอบด้วยด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการประเมินสถานะทางการเงิน และด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิต ของกลุ่มตัวอย่างในระดับที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวิจิตรา ทองซูป (2564) ได้ศึกษาการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของพนักงานบริษัทผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์พลาสติก สัญชาติญี่ปุ่นแห่งหนึ่ง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัทผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์พลาสติก สัญชาติญี่ปุ่นแห่งหนึ่ง จังหวัดชลบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพร้อมก่อนการเกษียณในด้านการเงินสูงสุด รองลงมาคือ ด้านสุขภาพร่างกาย ด้านที่อยู่อาศัย ด้านการใช้เวลา และด้านจิตใจ ตามลำดับ และจากการเปรียบเทียบการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของพนักงานบริษัทผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์พลาสติก สัญชาติญี่ปุ่นแห่งหนึ่ง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคมและปัจจัยด้านจิตวิทยา พบว่า พนักงานที่มีอายุ ทัศนคติในการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณและการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเกษียณอายุต่างกัน จะมีความพร้อมก่อนการเกษียณต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับพนักงานที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณไม่ต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษารวบรวมทางการเงินเพื่อวัยเกษียณอายุ ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย พบว่า โดยภาพรวมความแตกต่างกันของข้อมูลส่วนบุคคลแต่ละบุคคล ส่งผลต่อการตัดสินใจวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณอายุ คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้และการเตรียมความพร้อมด้านการเงินเพื่อการเกษียณอายุ ด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิต การยอมรับความเสี่ยง ด้านความคาดหวังผลตอบแทน เนื่องจากการออมและการลงทุนในแต่ละครั้งนั้นมีค่าเสียโอกาสที่แตกต่าง การเลือกที่ให้ผลตอบแทนมากที่สุดจึงเป็นทางเลือกในอันดับต้นๆ และพิจารณาค่าความเสี่ยงที่ยอมรับได้จึงมีความสำคัญในลำดับถัดมา และ

ส่งผลกระทบต่อระดับการปฏิบัติในการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณอายุ ทั้งในด้านความรู้ความเข้าใจทางการเงิน การประเมินสถานะทางการเงิน และด้านการกำหนดเป้าหมายในชีวิตของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับวางแผนการเงิน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจและความรู้ความเข้าใจ มีผลต่อการวางแผนทางการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังเกษียณอายุ โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้ องค์การควรให้ความสำคัญกับการจัดการภาระหนี้สินของบุคลากร โดยการช่วยเหลือในการปล่อยกู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำพร้อมกับการให้คำปรึกษาแนะนำในการวางแผนการเงินจากผู้เชี่ยวชาญ และด้านความรู้ความเข้าใจ องค์การควรจัดตั้งกลุ่มงานที่ทำหน้าที่ในการให้คำแนะนำและจัดกิจกรรมกระตุ้นให้เห็นถึงประโยชน์ของการวางแผนการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมหลังการเกษียณอายุ และควรมีคู่มือหรือสื่อเผยแพร่ในเรื่องดังกล่าวที่เข้าใจได้ง่ายและเข้าถึงบุคลากรทุกคนในองค์กร

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยเท่านั้น จึงควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการวางแผนการเงินเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณอายุในกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและหลากหลายมากขึ้น และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประยุกต์ใช้หรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับบุคคลในกลุ่มอาชีพอื่น
2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางการเงินด้านความรู้ความเข้าใจระดับผลตอบแทนที่คาดหวังและความเสี่ยงที่รับได้ ดังนั้นควรมีการศึกษาวิจัยในตัวแปรอื่นเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและครบถ้วนในทุกด้าน

เอกสารอ้างอิง

- การिता เขียรถาวร. (2563). *การศึกษารูปแบบการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 ภาคกลาง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา.
- กรณิกา วาระวิเศษณี. (2560). *ความรู้ทางการเงินและความอยู่ดีมีสุขทางการเงินพนักงานในสถาบันการเงิน: พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- กองนโยบายและแผน. (2562). *รายงานประจำปี ปีการศึกษา 2561*. เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- วีระชาติ กิเลนทอง, บุญเลิศ จิตรมณีโรจน์, ลลิตา จันทรวงศ์ไพศาล และ อาชวี ปวีณวัฒน์. (2556). *รายงานวิจัยเรื่อง การเตรียมพร้อมสำหรับการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณของกลุ่มแรงงานในระบบช่วงอายุ 40 - 60 ปี* (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการประเมินและออกแบบนโยบาย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วิจิตรา ทองซูป. (2564). *การเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของพนักงาน บริษัทผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์พลาสติกสัญชาติญี่ปุ่นแห่งหนึ่ง จังหวัดชลบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- สิริลักษณ์ วรรณกุล และนงคินี จันท์จรัส. (2559). *พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณของผู้มีเงินได้อายุระหว่าง 22-60 ปี ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี*. *รายงานการประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการระดับชาติและนานาชาติประจำปี 2559 ภาคบรรยาย* (น. 2279-2285). การประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการระดับชาติและนานาชาติ ประจำปี 2559 มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- สาธิต บวรสันติสุทธิ. (2558). *เคล็ดลับการบริหารเงิน*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ปราชญ์.

- सानิต มีอาทร. (2560). *ทัศนคติต่อการออมและการลงทุนของพนักงานมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาวิจัยแนวทางการพัฒนาการสร้างสรรค์เพื่อการออมสำหรับครัวเรือนที่มีรายได้น้อย* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2560. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*. สืบค้นจาก <https://nsodw.nso.go.th/dwportal/Item.aspx?p+=gsaDgQv4TQFrLJCEyvEQ==>.
- อัญญา ไปราณนท์ และ วันวิภู สรณารักษ์. (2559). *รายงานการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการวางแผนการเงินหลังเกษียณอายุการทำงานของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper & Row.

การพัฒนาระบบแจ้งเตือนการให้บริการซ่อมบำรุงสื่อทัศนูปกรณ์ออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

The Development of an Online Audio-Visual Equipment Maintenance Service Notification System Faculty of Management Science Loei Rajabhat University

ประสิทธิ์ชัย ชัยยันต์^{1*} ไหมคำ ตันติประทุม²

Prasittichai Chaiyan^{1*} Maikam Tantipatum²

Corresponding Author's Email: prasittichai.cha@ru.ac.th

(Received: January 3, 2024; Revised: April 22, 2024; Accepted: April 26, 2024)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการพัฒนาระบบแจ้งเตือนการให้บริการซ่อมบำรุงสื่อทัศนูปกรณ์ออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อออกแบบและพัฒนาระบบแจ้งเตือนการให้บริการซ่อมบำรุงสื่อทัศนูปกรณ์ออนไลน์ 2) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของระบบแจ้งเตือนการให้บริการซ่อมบำรุงสื่อทัศนูปกรณ์ออนไลน์ และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบแจ้งเตือนการให้บริการซ่อมบำรุงสื่อทัศนูปกรณ์ออนไลน์ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม กับประชากรซึ่งประกอบไปด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 20 คน ทำการประเมินคุณสมบัติของระบบ ผู้ใช้บริการ จำนวน 222 คน เพื่อศึกษาความพึงพอใจ การวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบและการพัฒนาระบบแจ้งเตือนการให้บริการซ่อมบำรุงสื่อทัศนูปกรณ์ออนไลน์ แบ่งผู้ใช้งานออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ (1) ผู้ดูแลระบบ สามารถจัดการข้อมูลห้องเรียน จัดการข้อมูลสื่อทัศนูปกรณ์ของห้องเรียน จัดการรายงานแจ้งซ่อมและระบุสถานะการซ่อมสื่อทัศนูปกรณ์ และรับการแจ้งเตือนจากผู้รับบริการผ่าน Application Line และ (2) ผู้ใช้งานทั่วไป สามารถแจ้งซ่อมสื่อทัศนูปกรณ์ได้โดยระบบการบริการแจ้งเตือนการซ่อมบำรุงสื่อทัศนูปกรณ์ออนไลน์ สามารถดูสถานะแจ้งซ่อมสื่อทัศนูปกรณ์ และวิธีแก้ปัญหาได้และดูข้อมูลรายงานแจ้งซ่อมอุปกรณ์ได้ โดยมีประสิทธิภาพของระบบแจ้งเตือนการให้บริการซ่อมบำรุงสื่อทัศนูปกรณ์ออนไลน์ ทำให้เกิดการจัดเก็บข้อมูลปัญหาได้อย่างถูกต้อง ข้อมูลเกี่ยวกับอาการของปัญหาได้อย่างครบถ้วน ผู้ดูแลสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทันทีและมีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทันที โดยผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อระบบดังกล่าวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.34) และระบบมีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.25) ส่วนผู้บริภักมีระดับความพึงพอใจต่อระบบในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.64)

คำสำคัญ: การพัฒนาระบบ การแจ้งเตือน ระบบออนไลน์

Abstract

A study was conducted on the development of a notification system for utilizing online audiovisual equipment maintenance services at the Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University. The objectives were 1) to design and develop a notification system for using online audiovisual equipment maintenance services, 2) to study the efficiency of the notification system, and 3) to examine user satisfaction with the notification system. A questionnaire was employed as a data collection tool. The study included a population comprising two groups: twenty information technology experts who evaluated the system's features and 222 users who rated their satisfaction. Data analysis was performed using means and standard deviation.

¹ นักวิชาการโสตทัศนศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Audiovisual academic Faculty of Management Science Loei Rajabhat University

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

The research findings indicated that the design and development of the online audiovisual equipment maintenance service notification system were divided into two parts. Firstly, administrators were able to manage classroom information, classroom audiovisual information, and media information. Additionally, they could manage repair reports, indicate the repair status of audiovisual media, and receive notifications from service recipients through the application line. Secondly, general users could report their audiovisual equipment repairs via the online audiovisual equipment maintenance notification service system. They could also view the status of audiovisual media repair reports, learn how to solve problems, and access report information for equipment repairs. The efficiency of the system lay in storing data correctly, providing complete information, and allowing immediate access to information, meeting users' service needs. The experts expressed overall satisfaction with the system at the highest level, with a value ($\bar{X} = 4.74$, S.D. = 0.34), and considered the system feasible at the highest level, with a value ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.25). Service users exhibited a high level of satisfaction with the system as a whole, with a value ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.64).

Keyword: system development, notifications, online system

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันบริบทการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษา มีความเปลี่ยนแปลงอย่างมากการสอนใน สถาบัน อุดมศึกษา จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวและพัฒนาการเรียนการสอนให้ทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน ขณะเดียวกันการให้บริการด้านการเรียนการสอน และการฝึกอบรมจากผู้สอนหรือวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถ นอกจากจะทำการถ่ายทอดได้ดีแล้วนั้น โสตทัศนูปกรณ์ก็เป็นส่วนหนึ่งนับว่ามีความสำคัญไม่น้อย โสตทัศนูปกรณ์เป็นสื่อตัวกลางหรือทางผ่าน ของข่าวสารเนื้อหาความรู้ต่างๆ มายังผู้เรียนให้รับรู้เข้าใจได้ (กานต์ แสนยาโต, 2561) สามารถเอาชนะความแตกต่างระหว่างประสบการณ์เดิม ของผู้เรียนได้ทำให้มีความเข้าใจใกล้เคียงกันขจัดปัญหา ด้านสถานที่ เวลา และได้ประสบการณ์ตรงจากสิ่งแวดล้อม สังคมทำให้ผู้เรียนมีความคิดรวบยอดตรงหรือใกล้เคียงกัน มากที่สุด กระตุ้นความสนใจและต้องการเรียนรู้เรื่องต่างๆ ของผู้เรียนมากขึ้นและช่วยในเรื่องทัศนคติความคิดสร้างสรรค์ สร้างแรงจูงใจ เร่งเร้าความสนใจของผู้เรียน และยังช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้จากรูปธรรมสู่ความรู้แบบนามธรรมเป็นความคิดรวบยอด พัฒนาความคิดได้อย่างต่อเนื่อง (จักรพันธ์ุ หารวิชา, 2562) และนอกจากนี้งานบริการก็ถือได้ว่าเป็นงานที่มีความสำคัญอย่างหนึ่ง ปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือภาคเอกชน ให้ความสำคัญกับ “คุณภาพการบริการ” เป็นอย่างมาก (กรรณิการ์ รุจิโรชิต, 2563) มีการพัฒนาในเรื่องการบริการอยู่ตลอดเวลา สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันที การให้บริการที่รวดเร็วฉับไว ถือเป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้มารับบริการ แต่ขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการด้วย หน่วยงานและองค์กรต่างๆ จึงหันมาให้ความสำคัญ กับคุณภาพการให้บริการของผู้มารับบริการมากขึ้น (ณัฐกรันย์ ชาภูคำ, 2561)

คุณภาพการบริการเป็นการส่งมอบบริการที่ดี เหมาะสมทั้งเวลา สถานที่ รูปแบบ เพื่อสนองตอบความต้องการและความคาดหวัง ของผู้ใช้บริการทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการมีความประทับใจด้านบวก และอยากกลับมาใช้บริการอีกซึ่งส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบริการที่ดีด้วย (รุ่งทิพย์ นิลพัท, 2561)

ฝ่ายโสตทัศนศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มีหน้าที่ในการให้บริการ ด้านสื่อการเรียนการสอน การฝึกอบรม การสัมมนาและการจัดกิจกรรมต่างๆ แก่อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ เป็นจำนวนมาก (จรรุวรรณ รักเริ่มวงษ์, 2565) ในงบประมาณและบุคลากรที่จำกัด ประกอบกับเทคโนโลยีทางการศึกษาได้เจริญก้าวหน้าและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้ผู้ใช้ สื่อโสตทัศนูปกรณ์จำเป็นต้องเรียนรู้วิธีการใช้งานให้ถูกวิธีหากมีการชำรุดเสียหายของโสตทัศนูปกรณ์ สื่อการเรียนการสอน จากการใช้งานที่ไม่ถูกวิธี ย่อมทำให้เกิดเป็นปัญหาและอุปสรรคในการเรียนการสอนของ

อาจารย์ การรับรู้ การเข้าใจของนักศึกษาไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ สร้างความไม่พึงพอใจแก่อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากร โดยการปฏิบัติหน้าที่ได้ปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบและตรงตามเป้าหมายและ ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อหน่วยงาน (จักรพันธ์ หาวริษา, 2562)

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา การพัฒนาระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์ (ภัทรพงษ์ อักษร, 2561) โดยเฉพาะเมื่อมีซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ หรือเมื่อมีสื่อการเรียนการสอนชำรุดสามารถแจ้งปัญหาแก่เจ้าหน้าที่โดยตรงได้ โดยใช้คอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการ Windows 10 ขึ้นไปเพื่อจัดเก็บข้อมูล ประมวลผลโปรแกรม Dreamweaver ใช้สำหรับออกแบบพัฒนาระบบ โปรแกรม Adobe Photoshop ใช้สำหรับการตกแต่งรูปภาพ (จิรณัย ยอดดี กฤติกร วิชาธรตระกูล และ ภาณุวัฒน์ เรืองกุลทรัพย์, 2565) โปรแกรม PHP เป็นภาษาสำหรับใช้ในการพัฒนาระบบ โปรแกรม phpMyAdmin ใช้สำหรับบริหารจัดการฐานข้อมูล โปรแกรม MySQL ใช้เป็นฐานข้อมูลและระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้แก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน (พร้อมเลิศ หล่อวิจิตร, 2561) ในรูปแบบเว็บไซต์โดยประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ของคณะวิทยาการจัดการ (นารีรัตน์ ไสดีถิมาพันธ์, 2556) และเว็บไซต์ของสาขาวิชาขึ้นในการแจ้งเตือนการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์เพื่อแก้ปัญหาในการปฏิบัติงานในด้านการซ่อมบำรุงสื่อซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ จะมีข้อความแจ้งเตือนมายังเจ้าหน้าที่ผ่าน Application Line (ถนอม กองใจ และ อริษา ทาทอง, 2565) ผู้แจ้งสามารถ ดูความก้าวหน้าของการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ที่แจ้งได้ โดยผ่านเว็บไซต์ มีการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการ และระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์ (ภัทรพงษ์ อักษร, 2561) มีฐานข้อมูลของสื่อซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดหาซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ในปีงบประมาณต่อไป (รุ่งทิพย์ อุ่นใจชน, 2564) ผู้วิจัยศึกษารูปแบบการส่งเสริมการให้บริการสื่อซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ สื่อการเรียนการสอนซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่จะนำไปสู่การพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเพื่อให้ออกสนอง ต่อความต้องการของผู้รับบริการ โดยเฉพาะการปรับปรุงแบบจากแบบเดิมที่เป็นกระดาษหรือตัวหนังสือ ให้เป็นในรูปแบบของเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ปรับรูปแบบให้ผ่านเทคโนโลยีเครือข่าย หรืออินเทอร์เน็ตที่สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และก็ยังสามารถสื่อสารกันได้และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อหน่วยงานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการนำปัญหาจากการปฏิบัติงาน ที่เกิดจากการแจ้งซ่อมที่ล่าช้า ติดตามงานยาก จัดการงานไม่มีประสิทธิภาพ และทำงานซ้ำซ้อนจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอ ส่งผลให้การทำงานไม่มีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงได้คิดค้นระบบ มาช่วยแก้ปัญหาเพื่อลดขั้นตอนเพิ่มประสิทธิภาพ โดยทำการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อลดระยะเวลาในการซ่อมแซม เพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้ การออกแบบระบบ กำหนดฟังก์ชันการทำงานของระบบ ออกแบบหน้าจอและรูปแบบการใช้งาน กำหนดฐานข้อมูล การพัฒนาระบบ เลือกภาษาโปรแกรมและเครื่องมือ ที่ใช้ในการพัฒนาและพัฒนาโมดูลต่างๆ ของระบบ ทดสอบระบบ การติดตั้งระบบ ติดตั้งระบบบนเซิร์ฟเวอร์ กำหนดค่าระบบ การดูแลรักษา ระบบ สำรองข้อมูลระบบ อัปเดตระบบ แก้ไขปัญหา ประกอบไปด้วยขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรในสังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยปีการศึกษา 2564 จำนวนทั้งสิ้น 1,114 คน โดยแบ่งออกเป็น อาจารย์ 69 คน และ นักศึกษาจำนวน 1,045 คน (คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบแจ้งเตือนการให้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์ ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Yamane (ธีรวิมล เอกะกุล, 2543) ที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 0.5 และระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) โดยการสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) จำนวน 116 คน โดยแบ่งเป็น อาจารย์ 69 คน (ใช้ประชากรเป็นกลุ่มตัวอย่าง) และนักศึกษาจำนวน 47 คน โดยแบ่งเป็นหัวหน้าหมู่เรียนหรือตัวแทนหมู่เรียน มี 47 หมู่เรียนที่เป็นตัวแทนผู้ประสานงานเกี่ยวกับซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในห้องเรียน (คณะวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2565)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลของปัญหาจากการปฏิบัติงานและการบริการสื่อซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์นำมาวางแผนและวิเคราะห์ ในการกำหนดวัตถุประสงค์ วิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้และบริการ ศึกษาและกำหนดขอบเขตของระบบ รวมถึงการตั้งข้อกำหนดทางเทคนิคออกแบบโครงสร้างข้อมูล ที่เหมาะสมสำหรับการจัดเก็บข้อมูลแจ้งเตือน พัฒนาระบบตามแผนการออกแบบ ทดสอบระบบเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและประสิทธิภาพ ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เมื่อใช้งานระบบ ปรับปรุงระบบเพื่อปรับให้เข้ากับความต้องการและการใช้งานจริง การวิจัยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆ เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวความคิด

2.1 แบบประเมินความเป็นไปได้และความเหมาะสมของการพัฒนาระบบแจ้งเตือนการให้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบประเมินความเป็นไปได้และความเหมาะสมของการพัฒนาระบบแจ้งเตือนการให้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบ และการนำเสนอข้อมูลด้านประสิทธิภาพของการทำงานของระบบ และด้านความปลอดภัยของระบบ โดยพิจารณาประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องใน แต่ละด้านอย่างครอบคลุมและรอบด้าน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี

2.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบแจ้งเตือนการให้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์ คณะวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในการเก็บข้อมูลเป็นการผสมผสานระหว่างแบบสอบถามแบบปลายปิดและแบบปลายเปิด เพื่อช่วยในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบแจ้งเตือนการให้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์ คณะวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยครอบคลุมด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ โดยการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับจุดประสงค์ พบว่าแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบแจ้งเตือนการให้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์ คณะวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มีค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1.00

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพระบบแจ้งเตือนการให้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์ เก็บจากผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 20 คน ทำการประเมินคุณสมบัติของระบบ

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้งานเก็บจากผู้มารับบริการสื่อซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ อาคาร 19 คณะวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลโดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

3.2.1 ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการตอบแบบสอบถามจำนวน 222 ชุด จากผู้มารับบริการสื่อซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ อาคาร 19 คณะวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

3.2.2 ผู้ศึกษานำแบบสอบถามมาตรวจดูความสมบูรณ์ในแต่ละข้อและนับจำนวนให้ครบตามจำนวนที่ต้องการเมื่อได้รับข้อมูลครบแล้วจากการตอบแบบสอบถามจากผู้มารับบริการสื่อซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ อาคาร 19 คณะวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 222 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้ศึกษานำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

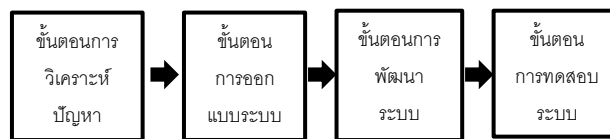
4.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพระบบแจ้งเตือนการให้บริการซ่อมบำรุงโทรศัพท์ศนูปกรณ์ออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยใช้ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการหาความเป็นไปได้และความเหมาะสมของระบบจากผู้เชี่ยวชาญ

4.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับการใช้งานระบบแจ้งเตือนการให้บริการซ่อมบำรุงโทรศัพท์ศนูปกรณ์ออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538) ดังนี้ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนาระบบแจ้งเตือนการให้บริการซ่อมบำรุงโทรศัพท์ศนูปกรณ์ออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มีโครงสร้างของระบบประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนผู้ใช้งานทั่วไป ส่วนผู้ดูแลระบบ เช่น ข้อมูลผู้ใช้งานทั่วไป ข้อมูลอุปกรณ์โทรศัพท์ศนูปกรณ์ ข้อมูลการแจ้งเตือน ข้อมูลงานซ่อมบำรุง สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ออกแบบและพัฒนาระบบแจ้งเตือนการให้บริการซ่อมบำรุงโทรศัพท์ศนูปกรณ์ออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ประกอบด้วยขั้นตอนการวิเคราะห์ปัญหา การวิเคราะห์และออกแบบระบบ การพัฒนาระบบ การทดสอบระบบการบริการแจ้งเตือนการซ่อมบำรุงโทรศัพท์ศนูปกรณ์ออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย



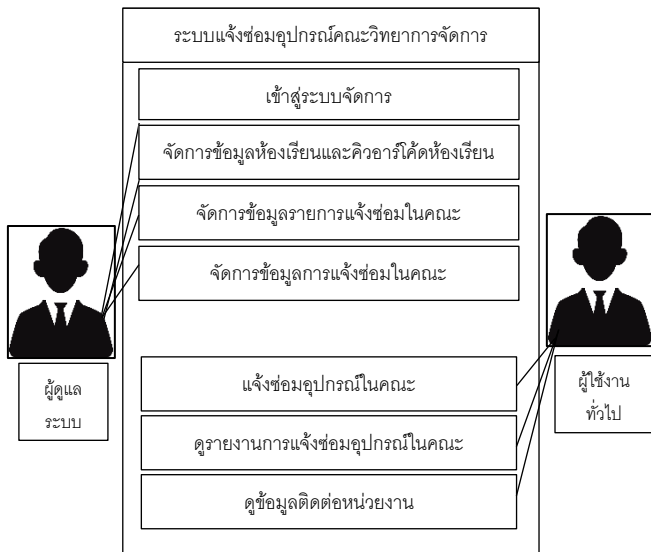
ภาพที่ 1 ภาพแสดงกระบวนการออกแบบและพัฒนาระบบ

แบ่งผู้ใช้งานออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ 1) ส่วนของผู้ดูแลระบบ สามารถจัดการข้อมูลห้องเรียน จัดการข้อมูลสื่อโทรศัพท์ศนูปกรณ์ของห้องเรียน จัดการรายงานแจ้งซ่อมและระบุสถานะการซ่อมสื่อโทรศัพท์ศนูปกรณ์และรับการแจ้งเตือนจากผู้รับบริการผ่าน Application Line

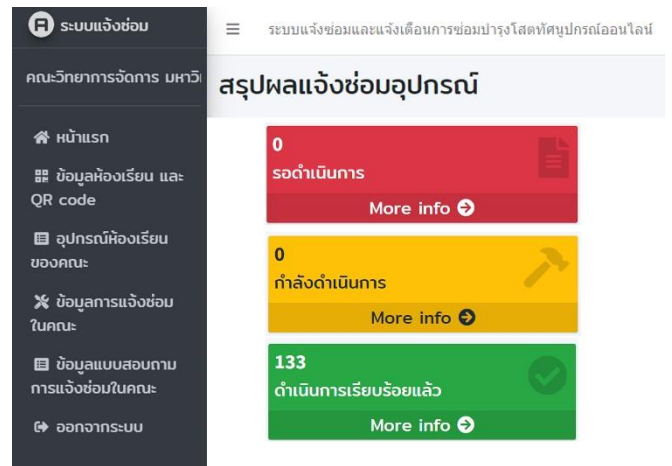
ตารางที่ 1 แสดงการใช้งานของผู้ดูแลระบบและผู้ใช้งานทั่วไป

ผู้ดูแลระบบ	ผู้ใช้งานทั่วไป
- จัดการข้อมูลสื่อโทรศัพท์ศนูปกรณ์ของห้องเรียน	- แจ้งซ่อมโทรศัพท์ศนูปกรณ์ได้
- รายงานแจ้งซ่อมและระบุสถานะการซ่อมสื่อโทรศัพท์ศนูปกรณ์	- ดูสถานะแจ้งซ่อมสื่อโทรศัพท์ศนูปกรณ์
- รับการแจ้งเตือนจากผู้รับบริการผ่าน Application Line	- ดูวิธีแก้ปัญหาเบื้องต้นได้

และ 2) ส่วนของผู้ใช้งานทั่วไปสามารถแจ้งซ่อมสื่อทัศนูปกรณ์ได้โดยระบบแจ้งเตือนการให้บริการซ่อมบำรุงสื่อทัศนูปกรณ์ออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏเลย สามารถดูสถานะแจ้งซ่อมสื่อทัศนูปกรณ์ และวิธีแก้ปัญหาได้และดูข้อมูลรายงานแจ้งซ่อมอุปกรณ์ได้



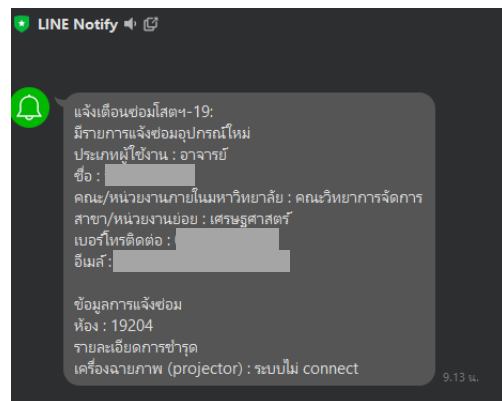
ภาพที่ 4 แผนภาพ use case diagram



ภาพที่ 5 หน้าจอหลักสำหรับผู้ดูแลระบบ



ภาพที่ 6 หน้าจอหลักสำหรับผู้ใช้งานทั่วไป



ภาพที่ 7 หน้าจอการแจ้งเตือนการซ่อมบำรุงสื่อทัศนูปกรณ์ผ่าน Application Line

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาประสิทธิภาพระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงไอทีที่ศูนย์บริการออนไลน์ จากผลการประเมินประสิทธิภาพ ระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงไอทีที่ศูนย์บริการออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ด้าน ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นด้านการออกแบบและการนำเสนอข้อมูล

รายการ	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ความสวยงาม ความทันสมัยและน่าสนใจของระบบ	4.55	0.51	มากที่สุด	4.60	0.50	มากที่สุด
2. การจัดวางเมนูและรูปแบบง่ายต่อการอ่านและการใช้งานระบบ	4.65	0.48	มากที่สุด	4.70	0.47	มากที่สุด
3. ขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่ายและสวยงาม	4.85	0.36	มากที่สุด	4.85	0.36	มากที่สุด
4. ลักษณะของสีพื้นและพื้นหลัง	4.90	0.30	มากที่สุด	4.90	0.30	มากที่สุด
5. ปริมาณข้อมูลที่นำเสนอแต่ละหน้าจอ	4.55	0.51	มากที่สุด	4.80	0.41	มากที่สุด
6. การเรียบเรียงและการจัดระเบียบข้อมูล	4.50	0.51	มากที่สุด	4.60	0.50	มากที่สุด
7. การจัดวางรูปแบบในเว็บไซต์ง่ายต่อการใช้งาน	4.80	0.41	มากที่สุด	4.80	0.41	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.68	0.23	มากที่สุด	4.75	0.20	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ความคิดเห็นของความเหมาะสมด้านการออกแบบและการนำเสนอข้อมูล พบว่ามีความพึงพอใจในภาพรวม คือ ระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.30) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความคิดเห็นที่มีต่อลักษณะของสีพื้นและพื้นหลัง มีค่า ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.30) รองลงมา คือ ความคิดเห็นที่มีต่อขนาดตัวอักษรและรูปแบบตัวอักษรอ่านได้ง่าย และสวยงาม มีค่า ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.36) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความคิดเห็นที่มีต่อการเรียบเรียงและการจัดระเบียบข้อมูลมีค่า ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.51) ตามลำดับ

ความคิดเห็นของความเป็นไปได้ ด้านการออกแบบและการนำเสนอข้อมูล พบว่ามีความพึงพอใจในภาพรวม คือ ระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{X} = 4.75$, S.D. = 0.20) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความคิดเห็นที่มีต่อลักษณะของสีพื้น และพื้นหลัง มีค่า ($\bar{X} = 4.90$, S.D. = 0.30) รองลงมา คือ ความคิดเห็นที่มีต่อขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ ง่ายและสวยงาม มีค่า ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.36) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความคิดเห็นที่มีต่อการเรียบเรียงและการจัดระเบียบข้อมูลมีค่า ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพการทำงานของระบบ

รายการ	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ระบบมีการบริหารจัดการและการประมวลผลที่ถูกต้อง	4.80	0.41	มากที่สุด	4.80	0.41	มากที่สุด
2. ข้อมูลมีความถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้	4.85	0.36	มากที่สุด	4.75	0.44	มากที่สุด
3. การแบ่งหมวดหมู่เมนูและข้อมูลชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.60	0.50	มากที่สุด	4.65	0.48	มากที่สุด
4. ระยะเวลาในการเข้าถึงข้อมูลเป็นไปด้วยความรวดเร็ว	4.75	0.44	มากที่สุด	4.80	0.41	มากที่สุด
5. ระบบช่วยให้การแจ้งปัญหาเร็วขึ้น	4.70	0.47	มากที่สุด	4.80	0.41	มากที่สุด
6. การเรียกใช้งานระบบมีความง่ายและสะดวกใน การใช้และการเข้าถึง	4.80	0.41	มากที่สุด	4.80	0.41	มากที่สุด
7. ข้อมูลในระบบตอบ สนองตรงตามความต้องการ ของผู้ใช้	4.70	0.47	มากที่สุด	4.80	0.41	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.74	0.34	มากที่สุด	4.77	0.25	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ความคิดเห็นด้านความเหมาะสมของประสิทธิภาพการทำงานของระบบ พบว่ามีความพึงพอใจ ในภาพรวม คือ ระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{X} = 4.74, S.D. = 0.34$) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูล มีความถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้ มีค่า ($\bar{X} = 4.85, S.D. = 0.36$) รองลงมา คือ ความคิดเห็นที่มีต่อระบบมีการบริหารจัดการ และการประมวลผลที่ถูกต้อง มีค่า ($\bar{X} = 4.80, S.D. = 0.41$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความคิดเห็นที่มีต่อการแบ่งหมวดหมู่เมนู และ ข้อมูลชัดเจนเข้าใจง่าย มีค่า ($\bar{X} = 4.61, S.D. = 0.50$) ตามลำดับ

ความคิดเห็นด้านความเป็นไปได้ของประสิทธิภาพการทำงานของระบบ พบว่ามีความพึงพอใจในภาพรวม คือ ระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{X} = 4.77, S.D. = 0.25$) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความคิดเห็นที่มีต่อระบบมีการบริหารจัดการ และการประมวลผลที่ถูกต้อง มีค่า ($\bar{X} = 4.80, S.D. = 0.41$) รองลงมา คือ ความคิดเห็นที่มีต่อระยะเวลาในการเข้าถึงข้อมูล เป็นไปด้วยความรวดเร็ว มีค่า ($\bar{X} = 4.80, S.D. = 0.41$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความคิดเห็นที่มีต่อการแบ่งหมวดหมู่เมนู ข้อมูลชัดเจน และเข้าใจง่าย มีค่า ($\bar{X} = 4.65, S.D. = 0.48$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นด้านความปลอดภัยของระบบ

รายการ	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้		
	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ
1. การเข้าใช้งานของผู้ดูแลระบบมีความปลอดภัย ด้วยการพิสูจน์ตัวตนก่อนเข้าใช้ระบบ เช่น การเข้าสู่ระบบด้วย Username และ Pass word	4.65	0.48	มากที่สุด	4.80	0.52	มากที่สุด
2. ข้อมูลในระบบมีความปลอดภัย ผู้ไม่ได้รับอนุญาต ไม่สามารถเข้าถึงได้	4.55	0.51	มากที่สุด	4.60	0.59	มากที่สุด
3. ผู้ใช้งานสามารถเข้าใช้งานระบบได้เฉพาะในส่วนของตนเองเท่านั้น	4.60	0.50	มากที่สุด	4.65	0.58	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.60	0.47	มากที่สุด	4.68	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ความคิดเห็นด้านความเหมาะสมของความปลอดภัยของระบบพบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวม คือ ระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{X} = 4.60, S.D. = 0.47$) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความคิดเห็นที่มีต่อการเข้าใช้งาน ของผู้ดูแลระบบมีความปลอดภัย ด้วยการพิสูจน์ตัวตนก่อนเข้าใช้ระบบ เช่น การเข้าสู่ระบบด้วย Username และ Password มีค่า ($\bar{X} = 4.65, S.D. = 0.48$) รองลงมา คือ ความคิดเห็นที่มีต่อผู้ใช้งานสามารถเข้าใช้งานระบบ ได้เฉพาะในส่วนของตนเองเท่านั้น มีค่า ($\bar{X} = 4.60, S.D. = 0.50$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลในระบบมีความปลอดภัย ผู้ไม่ได้รับอนุญาตไม่สามารถเข้าถึงได้ มีค่า ($\bar{X} = 4.55, S.D. = 0.51$) ตามลำดับ

ความคิดเห็นด้านความเป็นไปได้ของความปลอดภัยของระบบพบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวม คือ ระดับมากที่สุด มีค่า ($\bar{X} = 4.68, S.D. = 0.53$) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความคิดเห็นที่มีต่อการเข้าใช้งานของผู้ดูแลระบบ มีความปลอดภัยด้วยการพิสูจน์ตัวตนก่อนเข้าใช้ระบบ เช่น การเข้าสู่ระบบด้วย Username และ Password มีค่า ($\bar{X} = 4.68, S.D. = 0.52$) รองลงมา คือ ความคิดเห็นที่มีต่อผู้ใช้งานสามารถเข้าใช้งานระบบได้เฉพาะในส่วนของตนเองเท่านั้น มีค่า ($\bar{X} = 4.65, S.D. = 0.58$) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความคิดเห็นที่มีต่อข้อมูลในระบบ มีความปลอดภัยผู้ไม่ได้รับอนุญาตไม่สามารถเข้าถึงได้ มีค่า ($\bar{X} = 4.60, S.D. = 0.59$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบแจ้งเตือนการให้บริการการซ่อมบำรุงซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย สามารถแบ่งออกเป็นรายด้านดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของความพึงพอใจรวม 4 ด้าน

เนื้อหา	\bar{X}	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ด้านความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.29	0.66	มาก
2. ด้านความพึงพอใจด้านระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงโครงสร้างพื้นฐานออนไลน์ ฯ	4.23	0.70	มาก
3. ด้านความพึงพอใจด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.18	0.72	มาก
4. ด้านความพึงพอใจด้านกิจกรรมพัฒนาผู้รับบริการ	4.27	0.67	มาก
เฉลี่ย	4.24	0.64	มาก

จากตารางที่ 5 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงโครงสร้างพื้นฐานออนไลน์ พบว่าระดับความพึงพอใจในภาพรวม คือ ระดับมาก มีค่า ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.64) โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมพัฒนาผู้รับบริการ และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก

อภิปรายผล

จากการศึกษาการพัฒนาระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงโครงสร้างพื้นฐานออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

1. ระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงโครงสร้างพื้นฐานออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของผู้มาใช้บริการ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแจ้งซ่อมและการบำรุงรักษาอุปกรณ์โครงสร้างพื้นฐาน ภายในคณะวิทยาการจัดการ ช่วยให้ผู้ใช้บริการและเจ้าหน้าที่สามารถทำงานได้สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยผู้ใช้บริการสามารถแจ้งปัญหาการใช้งานอุปกรณ์ผ่านระบบได้สะดวก รวดเร็วเพียงไม่กี่ขั้นตอน ระบบบันทึกข้อมูลการแจ้งปัญหาได้อย่างถูกต้องแม่นยำ และสามารถติดตามสถานะการซ่อมได้ตลอด นอกจากนี้ ระบบยังแจ้งเตือนเจ้าหน้าที่ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ได้ทันที ช่วยให้สามารถดำเนินซ่อมแซมได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพส่งผลดีต่อผู้รับบริการให้ได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ขวัญฤดี ฮวดพูน, 2560) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของแอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารยุคปัจจุบัน พบว่าแอปพลิเคชัน ไลน์ ถูกนำไปใช้โดยทั้งรัฐบาลและภาคเอกชนโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มผลประโยชน์สูงสุดสำหรับองค์กรและบุคคลทำหน้าที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และสังคม ผลกระทบของแอปพลิเคชันไลน์ ต่อการสื่อสารโดยพิจารณาทฤษฎีการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประโยชน์ของแอปพลิเคชันไลน์ ช่วยให้การสื่อสารได้อย่างรวดเร็วและประหยัดเวลา ซึ่งมีผลช่วยในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในสังคม

2. ระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงโครงสร้างพื้นฐานออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ดังกล่าวมีความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาและนำไปใช้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้มาใช้บริการในการแจ้งซ่อมบำรุงผ่านระบบออนไลน์และช่วยให้ติดตามสถานะการซ่อมได้ ระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงโครงสร้างพื้นฐานออนไลน์ ระบบมีประโยชน์หลายประการ เช่น สะดวกและรวดเร็วในการแจ้งซ่อมเจ้าหน้าที่สามารถวางแผนการใช้งานโครงสร้างพื้นฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงโครงสร้างพื้นฐาน โดย ด้านความเหมาะสม ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านประสิทธิภาพของการทำงานของระบบมีคะแนนสูงสุด และด้านความเป็นไปได้ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าโดยด้านประสิทธิภาพของการทำงานของระบบมีคะแนนสูงสุดเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ภัทรพงษ์ อักษร, 2561) ศึกษาเรื่องการพัฒนาการพัฒนาระบบแจ้งซ่อมออนไลน์ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่าการใช้ระบบออนไลน์ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานร่วมกัน และให้การเข้าถึงข้อมูลได้ดีขึ้น นำไปสู่ประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อม บำรุงโครงสร้างพื้นฐานออนไลน์ มีระดับความพึงพอใจในภาพรวม คือ ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุดคือด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมพัฒนาผู้รับบริการ

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของน้ำลิน เทียมแก้ว (2561) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการสำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า โดยรวมแล้วความพึงพอใจในคุณภาพการบริการที่ห้องสมุดมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีความพึงพอใจสูงสุดต่อพนักงานตามด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและกระบวนการ ทรัพยากรสารสนเทศและการสื่อสาร

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงไอทีศูนย์บริการออนไลน์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อใช้จัดการบริการแจ้งซ่อมบำรุงไอทีศูนย์บริการ และแก้ไขปัญหาด้านจำนวนบุคลากร เป็นการลดขั้นตอนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การออกแบบและพัฒนาระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงไอทีศูนย์บริการออนไลน์

ระบบสามารถจัดการกับงานซ่อมบำรุงอุปกรณ์ไอทีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประหยัดเวลา ค่าใช้จ่าย และถูกต้องแม่นยำตรงตามความต้องการของผู้ใช้ เข้าถึงได้ ทุกที่ผ่านทุกอุปกรณ์ ในการพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพได้มีการออกแบบ UX (User Experience) ทำการศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะของผู้ใช้ซึ่งอาจมีความต้องการและปัญหาที่แตกต่างกัน เพื่อให้การใช้งานระบบนั้น เป็นไปอย่างราบรื่น รวมถึงการแจ้งเตือนที่มีความเหมาะสม UI (User Interface) การให้ความสำคัญกับการเรียงลำดับและการจัดระเบียบของข้อมูลเหมาะสมแสดงผลหน้าจอที่ชัดเจน การใช้ภาษาต่างๆ การออกแบบปุ่มและองค์ประกอบอื่นๆ ของ UI มีขนาดเหมาะสมและง่ายต่อการใช้งานส่งผลดีต่อผู้รับบริการให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการ

การประเมินความพึงพอใจระบบแจ้งเตือนการใช้บริการการซ่อมบำรุงไอทีศูนย์บริการออนไลน์ ภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและด้านกิจกรรมพัฒนาผู้รับบริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อความมั่นใจในการให้ข้อมูลของผู้ใช้ระบบว่าจะไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล
2. ควรอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรเกี่ยวกับความปลอดภัยทางไซเบอร์
3. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัย เช่น ระบบป้องกันไฟรั่วลลล์ ระบบป้องกันไวรัส ระบบป้องกันการโจมตีแบบ

DDos

4. กำหนดนโยบายและแนวทางด้านความปลอดภัย ไซเบอร์ เช่น กำหนดวิธีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล กำหนดวิธีการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล กำหนดวิธีการจัดการข้อมูล ส่วนบุคคล

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบ ขยายขอบเขตของระบบ ควรมีการปรับปรุงระบบให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น โดยอาจใช้เทคโนโลยี AI หรือ Machine Learning มาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลและแจ้งเตือนปัญหา

2. การนำข้อมูลดิบมาวิเคราะห์ข้อมูลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย Data Visualization ช่วยให้การสื่อสารข้อมูลระหว่างทีมรวดเร็ว ช่วยให้คนที่จะนำ Insights จากข้อมูลไปใช้ประโยชน์สามารถทำความเข้าใจข้อมูล และใช้ตัดสินใจได้เร็วมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ รุจิวรโชต. (2563). การศึกษาความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ณ ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. *วารสารวิชาการกระทรวงสาธารณสุข*, 29(3), 141-153.
- กานต์ แสนยาโต. (2561). *ประสิทธิภาพในการให้บริการงานโสตทัศนูปกรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ* (รายงานการวิจัย). ชัยภูมิ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.
- ขวัญฤดี ฮวดหุ่น. (2560). อิทธิพลของแอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารยุคปัจจุบัน. *Journal of Arts Management*, 1(2), 75 – 88.
- คณะวิทยาการจัดการ. (2565). *รายงานประจำปี 2565*. เลย: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- จักรพันธ์ุ์ หารวิษา. (2562). *ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการบริการสื่อการเรียนการสอนของฝ่ายโสตทัศนศึกษา* (รายงานการวิจัย). มหาสารคาม: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- จารุวรรณ รักเริ่มวงษ์. (2565). ความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้อของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. *วารสารวิชาการ ปชมท*, 12(3), 83-97.
- จรรย์นัย ยอดดี กฤติกร วิชชาธรตระกูล และภาณุวัฒน์ เรืองกุลทรัพย์. (2565). การพัฒนาแบบจำลองประสบการณ์เสมือนจริงในการเรียนรู้การใช้เครื่องมือ Photoshop CC. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและนวัตกรรมการศึกษา*, 1(1), 100-113.
- ณัฐกัญญ์ ซาญาคำ. (2561). *การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม* (รายงานการวิจัย). มหาสารคาม: สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ถนอม กองใจ และอริษา ทาทอง. (2565). การพัฒนาระบบแจ้งเตือนกิจกรรมและการนัดหมายอัตโนมัติผ่านแอปพลิเคชันไลน์. *วารสาร Mahidol R2R e-Journal*, 9(2), 32-45.
- ธีรฤดี เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- นารีรัตน์ โสติถิมาพันธ์. (2556). *การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2561). *การศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม* (รายงานการวิจัย). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พร้อมเลิศ หล่อวิจิตร. (2561). *คู่มือเรียน PHP และ My SQL สำหรับผู้เริ่มต้นใช้ได้ทั้งเวอร์ชัน 5 และ 6*. กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- ภัทรพงษ์ อักษร. (2561). *การพัฒนาระบบแจ้งซ่อมออนไลน์ ของสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม* (รายงานการวิจัย). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). ค่าเฉลี่ยกับการแบ่งความหมายเรื่องง่าย ๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้. *ข่าวสารการวิจัยการศึกษา*, 1(4), 13.
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). *คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รุ่งทิพย์ อุ่นใจชน. (2564). การพัฒนาระบบฐานข้อมูลความเสียหายทางสุขภาพของบุคลากรในโรงพยาบาลสิงห์บุรี. *วารสารโรงพยาบาลสิงห์บุรี*, 30(1), 119-135.

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีผลต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร
กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย

Internal Organizational Environmental Factors Effects on the Stress Levels of Military Police in
Military Police Battalion Office of Headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters

อรนันท์ กลันทประ¹ ชนีนีนาก สุวรรณมณี²

Oranan Kalantapura¹ Chonneenat Suwanmanee²

Corresponding Author's Email: Chonneenat.s@ku.th²

(Received: January 11, 2024; Revised: April 25, 2024; Accepted: May 2, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 4) เพื่อศึกษาสิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 63 นาย โดยการดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สูตรของเครซีและมอร์แกน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย 2) ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า มีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร ด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงานในระดับมาก และในระดับน้อยที่สุดคือด้านความก้าวหน้าในวิชาชีพ 3) ระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า การศึกษาสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีระดับความเครียดที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการทำงาน ที่แตกต่างกัน มีระดับความเครียดที่ไม่แตกต่างกัน และ 4) สิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า สิ่งแวดล้อมในองค์กรด้านโครงสร้างและบรรยากาศองค์กร ด้านความก้าวหน้าในวิชาชีพ และด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคลในองค์กร มีผลต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ อย่างไรก็ตามยังพบว่า ด้านลักษณะงาน และด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงาน ไม่มีผลต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนบุคคล สิ่งแวดล้อมในองค์กร ความเครียด

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ Lecturer, Master of Arts Program in Political Science, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University

² Student, Master of Arts Program in Political Science, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University

Abstract

This quantitative research studies the effects of internal organizational environmental factors on the stress levels of Military Police in Military Police Battalion, Office of the Headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters. The study has four primary objectives: 1) to study the stress levels of Military Police in Military Police Battalion, Office of Headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters; 2) to examine the organizational environmental factors within Military Police Battalion, Office of Headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters; 3) to compare the stress levels among Military Police in Military Police Battalion, Office of Headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters, based on personal factors; and 4) to investigate organizational environmental elements affecting the stress levels of military inspectors. The researcher anticipates that this study will be a valuable resource for commanders at the Royal Thai Armed Forces Headquarters, providing guidance on stress resolution and promoting better mental health among military inspector subordinates. The study employed 63 participants selected through simple random sampling. Data collection was conducted through questionnaires using the Krejcie and Morgan formula. Data analysis involved basic statistical methods, including frequency, percentage, mean, standard deviation, one-way analysis of variance, and Pearson's correlation coefficient, with a statistical significance level of .05.

The results indicate that: 1) the overall stress levels of Military Police in Military Police Battalion, Office of Headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters, were generally low; 2) environmental factors within Military Police Battalion, Office of Headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters, showed a high level of opinion regarding roles and responsibilities in the workplace; 3) stress levels of Military Police in Military Police Battalion, Office of Headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters, separated by personal factors, varies based on marital status. However, age, education level, personal income, and length of work showed no differences in stress levels; and 4) elements within the organizational environment, including organizational structure, workplace atmosphere, professional advancement, and relationships with coworkers, were found to be associated with the stress levels of Military Police in Military Police Battalion, Office of Headquarters of the Royal Thai Armed Forces Headquarters. However, the characteristics of work, roles, and responsibilities were reported to have no effect on their stress levels.

Keywords: personal factors, organization environment, the stress

ความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยต้องเผชิญ กับข้อจำกัดหลากหลายประการที่เป็นผลสืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ซึ่งไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดการเจ็บป่วยและเสียชีวิตของประชากร แต่ยังส่งผลให้เกิดเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและการดำเนินชีวิตของประชาชนทุกกลุ่ม และยังเป็นช่วงเวลาที่มโนทัศน์ของการพัฒนาของเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่มีความรุนแรงเพิ่มขึ้น การเป็นสังคมสูงวัยของประเทศไทยและหลายประเทศทั่วโลก ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ดังนั้น การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศท่ามกลางกระแสแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงต้องให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในให้สามารถเติบโตต่อไปได้อย่างมั่นคงท่ามกลางความผันแปรที่เกิดขึ้นรอบด้าน และคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสาม พ.ศ. 2566 - 2570 อาจส่งผลให้ประชาชนเกิดความเครียดซึ่งความเครียดถือเป็นสภาวะที่เกิดขึ้นได้เสมอกับทุกคน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

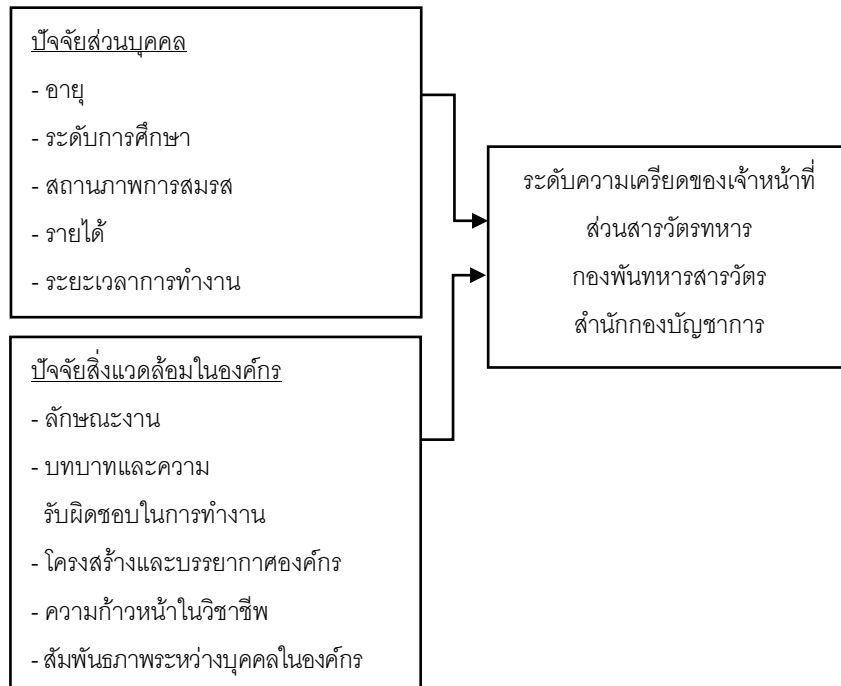
โดยความเครียดเป็นสิ่งที่ร่างกายตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทำให้เรามีการตอบสนองต่อเรื่องราวต่างๆ ที่เข้ามากระทบ ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ แท้จริงแล้วความเครียดนั้นเป็นปฏิกิริยาตอบสนองอย่างหนึ่งของร่างกายที่มีต่อเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ไม่ว่าจะจากภายในตัวเองหรือจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ความเครียดสามารถเกิดได้ทุกแห่งทุกเวลา อาจเกิดจากสาเหตุ ภายนอก เช่น การย้ายบ้าน การเปลี่ยนงาน ความเจ็บป่วย การหย่าร้าง ภาวะว่างงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อน ครอบครัว ความเครียดเป็นระบบเตือนภัยของร่างกาย ให้เตรียมพร้อมที่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การมีความเครียดน้อยเกินไปและมากเกินไปไม่เป็นผลดีต่อสุขภาพ ส่วนใหญ่เข้าใจว่าความเครียดเป็นสิ่งไม่ดีที่ก่อให้เกิดอาการปวดศีรษะ ปวดกล้ามเนื้อ หัวใจเต้นเร็ว แน่นท้อง มือเท้าเย็น แต่ความเครียดก็มีส่วนดี เช่น ทำให้เรามีความตื่นตัวความท้าทายและความสนุก

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้มีความตระหนักถึงความสำคัญของปัญหา จึงได้เลือกที่จะศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีผลต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย เนื่องจากเจ้าหน้าที่สารวัตรทหาร ต้องปฏิบัติภารกิจ แก้ไขข้อขัดข้องได้ในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในภารกิจที่ได้รับมอบหมายต่อไป ซึ่งจะทำให้เกิดความกดดัน ในการปฏิบัติภารกิจไม่เป็นเวลา ปฏิบัติงานกลางแจ้ง และมีภาวะกดดันในภารกิจสูง เมื่อเกิดข้อผิดพลาด จะส่งผลเสียอย่างร้ายแรง ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความเครียดขึ้น ทำให้รู้สึกท้อแท้ในการทำงาน เกิดความเบื่อหน่าย ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ถ้าหากไม่สามารถจัดการความเครียดได้ ก็จะส่งผลต่อการพัฒนาเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร ที่อาจจะไม่เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ส่งผลต่อการเสริมสร้างความพร้อมในการปฏิบัติภารกิจ ส่งผลต่อการสนับสนุนภารกิจของกองทัพต่อไป ตามประเด็นยุทธศาสตร์กองบัญชาการกองทัพไทย ว่าด้วยเรื่องของการเสริมสร้างสมรรถนะ และความพร้อมในการป้องกันประเทศนั้น การพัฒนาบุคลากรเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร ก็จะสามารถปฏิบัติภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปลอดภัยและ ได้มาตรฐาน ตอบสนองภารกิจป้องกันประเทศ ได้ตามที่กองบัญชาการกองทัพไทยมอบหมายได้อย่างสมบูรณ์ ย่อมจะทำให้สมรรถนะและความพร้อมในการป้องกันประเทศมีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาสิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มี ความสัมพันธ์ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ เจ้าหน้าที่สารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการ กองทัพอากาศ จำนวน 75 นาย กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่สารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการ กองทัพอากาศ จำนวน 63 นาย โดยการดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) สูตรของของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970)

ขั้นตอนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัย ได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร และผลงานการวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีผลต่อระดับความเครียด เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิด และสร้างแบบสอบถามก่อนที่จะทำการสำรวจภาคสนาม โดยผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบ โดยได้ (Try - Out) กับเจ้าหน้าที่ส่วนหมวดยานยนต์ กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพอากาศ ซึ่งมีการจัดองค์ประกอบคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 นาย มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่า Cronbach Alpha ค่าความเชื่อมั่น (Nunnally, 1978) ได้กำหนดให้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงจะถือว่าแบบสอบถามดังกล่าวมีความเชื่อถือ ซึ่งในการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.88 ก่อนที่จะส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการเก็บข้อมูล กับเจ้าหน้าที่ที่มีลักษณะงานใกล้เคียงกัน จำนวน 30 นาย โดยได้กำหนดแบบสอบถาม ออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มประชากร ประกอบด้วย 5 คำถาม คือ อายุ ระดับศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ ระยะเวลาการทำงาน ทั้งหมด 20 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพอากาศ เกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร โดยประกอบด้วย ด้านลักษณะงานกับระดับความเครียดใน

การทำงานบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงาน โครงสร้างและบรรยากาศองค์กรกับระดับความเครียดในการทำงาน ความก้าวหน้าในวิชาชีพกับระดับความเครียดในการทำงาน และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับระดับความเครียดในการทำงาน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามวัดระดับความเครียดของผู้ปฏิบัติงาน โดยใช้แบบวัดระดับความเครียด SPST - 20 ของกรมสุขภาพจิต โดยมีทั้งหมด 20 ข้อ

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นมาจากการศึกษาและค้นคว้าข้อมูลทางเอกสารต่างๆและเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีผลต่อระดับความเครียดจากแบบสอบถาม ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีผลต่อระดับความเครียด ในรูปแบบ Google form ตั้งแต่วันที่ 4 กันยายน ถึงวันที่ 15 กันยายน 2566 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 63 นาย

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าได้ทำการวิเคราะห์ข้อ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล รายละเอียดของการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังต่อไปนี้

1. สถิติพื้นฐาน (Basic Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้แปลความหมายของ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร รวมถึงแสดงลักษณะการกระจายข้อมูล
2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ สมรส รายได้ และระยะเวลาการปฏิบัติงาน โดยใช้ (One - way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05
3. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีผลต่อระดับความเครียดของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย

คำถามในระยะ 6 เดือน ที่ผ่านมา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. กลัวทำงานผิดพลาด	1.98	0.77	น้อย
2. ไปไม่ถึงเป้าหมายที่วางไว้	1.98	0.89	น้อย
3. ครอบครัวมีความขัดแย้งกันในเรื่องเงินหรือเรื่องงานในบ้าน	2.11	1.06	น้อย
4. เป็นกังวลกับเรื่องสารพิษหรือมลภาวะในอากาศ น้ำ เสียง ดิน	1.92	1.00	น้อย
5. รู้สึกว่าต้องแข่งขันหรือเปรียบเทียบ	2.03	1.05	น้อย
6. เงินไม่พอใช้จ่าย	2.29	1.17	น้อย
7. กล้ามเนื้อตึงหรือปวด	1.81	0.93	น้อย
8. ปวดหัวจากความตึงเครียด	1.86	0.88	น้อย
9. ปวดหลัง	1.84	1.00	น้อย
10. ความอยากอาหารเปลี่ยนแปลง	1.76	0.91	น้อย
11. ปวดศีรษะข้างเดียว	1.83	1.07	น้อย
12. รู้สึกวิตกกังวล	1.78	1.02	น้อย
13. รู้สึกคับข้องใจ	1.81	1.01	น้อย

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คำถามในระยะ 6 เดือน ที่ผ่านมา	\bar{X}	S.D.	แปลผล
14. รู้สึกโกรธ หรือหงุดหงิด	1.83	0.91	น้อย
16. ความจำไม่ดี	1.75	1.08	น้อย
17. รู้สึกสับสน	1.75	0.98	น้อย
18. ตั้งสมาธิลำบาก	1.71	1.02	น้อย
19. รู้สึกเหนื่อยง่าย	1.75	1.02	น้อย
20. เป็นหวัดบ่อยๆ	1.73	0.94	น้อย
รวม	1.86	0.80	น้อย

จากตารางที่ 1 พบว่า ข้อมูลระดับความเครียด เจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหารกองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย กลุ่มตัวอย่างมีระดับความเครียดในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความเครียดมากที่สุด คือ เงินไม่พอใช้จ่าย (ข้อ 6) ($\bar{X} = 2.29$) และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความเครียดน้อยที่สุด ได้แก่ ตั้งสมาธิลำบาก (ข้อ 18) ($\bar{X} = 1.71$)

ตารางที่ 2 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการ กองทัพไทย

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านลักษณะงาน	3.71	0.63	มาก
2. ด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงาน	3.94	0.62	มาก
3. ด้านโครงสร้างและบรรยากาศขององค์กร	3.84	0.67	มาก
4. ด้านความก้าวหน้าในวิชาชีพ	3.68	0.77	มาก
5. ด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคลในองค์กร	3.87	0.61	มาก
รวม	3.81	0.57	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เห็นด้วยว่าองค์กรมีปัจจัยสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D.= 0.57) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงาน ($\bar{X} = 3.94$, S.D.= 0.62) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความก้าวหน้าในวิชาชีพ ($\bar{X} = 3.68$, S.D.= 0.77)

ตารางที่ 3 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร ด้านลักษณะงานของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหารกองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย

ด้านลักษณะงาน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. งานที่ท่านทำ มีลักษณะรูปแบบใหม่อยู่เสมอ	3.57	0.76	ปานกลาง
2. งานที่ท่านทำ มีวิทยุสื่อสารที่สามารถสื่อสารได้ชัดเจน	4.14	0.78	มาก
3. งานที่ท่านทำ มียานพาหนะเพียงพอกับงานที่ได้รับ	3.67	0.82	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ด้านลักษณะงาน	\bar{X} .	S.D.	แปลผล
4. หน่วยงานของท่านมีอากาศที่บริสุทธิ์ ปราศจากมลพิษ ฝุ่น คvdn	3.56	0.93	ปานกลาง
5. หน่วยงานของท่านปราศจากเสียงดังรบกวน	3.63	0.90	ปานกลาง
รวม	3.71	0.63	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร ด้านลักษณะงานเป็นรายชื่อ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ งานที่ท่านทำ มีวิทยุสื่อสารที่สามารถสื่อสารได้ชัดเจน (ข้อ 2) ($\bar{X} = 4.14$) และกลุ่มตัวอย่างที่กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ หน่วยงานของท่านมีอากาศที่บริสุทธิ์ ปราศจากมลพิษ ฝุ่น คvdn (ข้อ 4) ($\bar{X} = 3.63$)

ตารางที่ 4 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร ด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงาน ของเจ้าหน้าที่ส่วนสวัสดิการ กงพันทหาร สวรรค์ สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย

ด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงาน	\bar{X} .	S.D.	แปลผล
1. ในหน่วยงาน มีการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจน	3.89	0.90	มาก
2. งานที่ท่านทำ มีปริมาณที่เหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ	3.76	0.86	มาก
3. งานที่ท่านทำ ตรงกับความสามารถ และความถนัดของท่าน	4.00	0.65	มาก
4. งานที่ท่านทำ มีระยะเวลาเหมาะสม เพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร	3.87	0.68	มาก
5. งานที่ท่านทำ เป็นงานสำคัญของส่วนงาน	4.17	0.66	มาก
รวม	3.94	0.62	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร ด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงานเป็นรายชื่อ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ งานที่ท่านทำ เป็นงานสำคัญของส่วนงาน (ข้อ 5) ($\bar{X} = 4.17$) และความถนัดของท่าน (ข้อ 3) ($\bar{X} = 4.00$) และกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ งานที่ท่านทำ มีปริมาณที่เหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ (ข้อ 2) ($\bar{X} = 3.76$)

ตารางที่ 5 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร ด้านโครงสร้างและบรรยากาศองค์กร ของเจ้าหน้าที่ส่วนสวัสดิการ กงพันทหาร สวรรค์ สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย

ด้านโครงสร้างและบรรยากาศองค์กร	\bar{X} .	S.D.	แปลผล
1. ที่ทำงานของท่าน มีความยืดหยุ่นของกฎระเบียบ และข้อบังคับ	3.79	0.63	มาก
2. ที่ทำงานของท่าน ทำให้รู้สึกสบายใจ และไร้กังวลที่ได้ทำงานในองค์กรแห่งนี้	3.83	0.73	มาก
3. ที่ทำงานของท่าน มีสายบังคับบัญชาที่ชัดเจน	4.08	0.73	มาก
4. ที่ทำงานของท่าน มีการสนับสนุนอาหาร	3.83	0.93	มาก
5. ที่ทำงานของท่าน มีการสนับสนุนเครื่องมือ	3.67	0.95	มาก
รวม	3.84	0.67	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมในด้านโครงสร้างและบรรยากาศองค์กรเป็นรายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ที่ทำงานของท่าน มีสายบังคับบัญชาที่ชัดเจน (ข้อ 3) ($\bar{X} = 4.08$) และกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ที่ทำงานของท่าน มีการสนับสนุนเครื่องมือ (ข้อ 5) ($\bar{X} = 3.67$)

ตารางที่ 6 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร ด้านความก้าวหน้าในวิชาชีพ ของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหารกองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย

ด้านความก้าวหน้าในวิชาชีพ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. หน่วยงานกำหนดความก้าวหน้าในตำแหน่งงานที่ท่านปฏิบัติอย่างชัดเจน เป็นไปตามระเบียบ	3.73	0.90	มาก
2. ผู้บังคับบัญชาของท่านให้การสนับสนุน และส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถ	3.83	0.79	มาก
3. ท่านได้รับโอกาสในการเลื่อนขั้นเงินเดือน อย่างสม่ำเสมอ	3.65	0.88	ปานกลาง
4. ผู้บังคับบัญชาของท่านมีความยุติธรรมในการพิจารณาเลื่อนยศ	3.52	0.96	ปานกลาง
5. หน่วยงานของท่าน มีการวางแผนที่ส่งเสริมให้ก้าวขึ้นไปสู่ตำแหน่งที่สูงกว่า	3.65	0.86	ปานกลาง
รวม	3.68	0.77	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมในด้านความก้าวหน้าในวิชาชีพเป็นรายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ผู้บังคับบัญชาของท่านให้การสนับสนุน และส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถ (ข้อ 2) ($\bar{X} = 3.83$) และกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ผู้บังคับบัญชาของท่านมีความยุติธรรมในการพิจารณาเลื่อนยศ (ข้อ 4) ($\bar{X} = 3.52$)

ตารางที่ 7 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร ด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคลในองค์กร ของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหารกองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย

ด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคลในองค์กร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. เพื่อนร่วมงานของท่านให้ความร่วมมือในการปฏิบัติงาน	3.94	0.67	มาก
2. ท่านได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา	3.76	0.73	มาก
3. ผู้บังคับบัญชาของท่านมีลักษณะที่เป็นแบบอย่างที่ดี	3.81	0.80	มาก
4. ผู้บังคับบัญชาของท่านมีการใช้คำพูดที่ดี	3.90	0.71	มาก
5. เพื่อนร่วมงานของท่านมีการใช้คำพูดที่ดี	3.95	0.77	มาก
รวม	3.87	0.61	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมในด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคลในองค์กรเป็นรายข้อ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เพื่อนร่วมงานของท่านมีการใช้คำพูดที่ดี (ข้อ 5) ($\bar{X} = 3.95$) และกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ท่านได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา (ข้อ 2) ($\bar{X} = 3.76$)

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลที่ทำให้เกิดความเครียด	Sig.
อายุ	.400
ระดับการศึกษา	.293
สถานภาพการสมรส	.003
รายได้	.638
ระยะเวลาการทำงาน	.441

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 พบว่าเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีระดับความเครียดที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่า Sig .003 การศึกษาเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างไรก็ตามก็พบว่า เจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการทำงาน ที่แตกต่างกันไม่มีระดับความเครียดที่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 9 สิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร	ส่งผลต่อความเครียด	
	r	p-value
1. ด้านลักษณะงาน	-.241	.057
2. ด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงาน	-.219	.084
3. ด้านโครงสร้างและบรรยากาศขององค์กร	-.283	.025
4. ความก้าวหน้าในวิชาชีพ	-.269	.033
5. ด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคลในองค์กร	-.333	.008

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 9 การศึกษาสิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ พบว่า สิ่งแวดล้อมในองค์กรด้านโครงสร้างและบรรยากาศขององค์กร ด้านความก้าวหน้าในวิชาชีพ และด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคลในองค์กร มีความสัมพันธ์ ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ โดยมีค่า p-value อยู่ที่ .025, .033, .008 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามยังพบว่า ด้านลักษณะงานและด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาพบว่า ระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิสนี รุจิรังสีเจริญ และ คณะ (2564) อาจเป็นเพราะว่า หน่วยงานมีการวางแผน บริหารจัดการที่ดีมีนโยบายและแนวทางการปฏิบัติและการแก้ไขปัญหาอย่างชัดเจน

ผู้บังคับบัญชามีการสร้างขวัญกำลังใจให้เจ้าหน้าที่ที่อยู่เสมอ อีกทั้งภารกิจของทหารเป็นงานที่มีความกดดันสูง ทั้งสภาพแวดล้อมและภารกิจต่างๆ ทหารจึงต้องถูกฝึกฝนให้มีความเข้มแข็ง อดทน ควบคุมความรู้สึก และตื่นตัวกับทุกภารกิจที่ได้รับมอบหมายอยู่เสมอ ความเครียดจะถูกควบคุมและนำไปใช้ในทางบวก

2. ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่าการบริหารงานด้านลักษณะงาน ก่อนปฏิบัติได้กำหนดหน้าที่ และขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และบรรยากาศขององค์กร ที่ออกแบบไว้อย่างเป็นระบบ มีการติดต่อสื่อสารที่ดีภายในหน่วย ไปเป็นด้วยความเรียบร้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันดี ผ่องใส (2561) ที่พบว่า สภาพแวดล้อมภายในองค์กรภาพรวมอยู่ในระดับดี

3. ผลการศึกษาเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีระดับความเครียดที่แตกต่างกัน พบว่า

3.1 เจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ที่มีอายุแตกต่างกัน ไม่มีระดับความเครียดที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ เจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ทุกช่วงอายุปฏิบัติหน้าที่ ลักษณะงานและหน้าที่ความรับผิดชอบเหมือนกันที่คล้ายคลึงกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชดา หลงพิมาย (2560) ที่พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีความเครียดของทหารเรือในจังหวัดนราธิวาสไม่แตกต่างกัน

3.2 เจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีระดับความเครียดที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะ เจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ที่มีระดับการศึกษาทุกระดับ ได้นำความรู้ ความสามารถที่เรียนมา ใช้ประโยชน์ให้เหมาะสมกับงาน และหน่วยงาน สามารถพัฒนาศักยภาพการทำงานได้ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณรงค์ คำเมือง (2564) ที่พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ของเจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงอากาศยาน ฝ่ายการช่าง ฝูงบิน 601 กองบิน 6 มีความเครียดที่ไม่แตกต่างกัน

3.3 เจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีระดับความเครียดที่แตกต่างกัน อาจเป็นได้ว่าเจ้าหน้าที่ ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีเป้าหมายในการทำงาน และภาระความรับผิดชอบแตกต่างกันไป การให้ความสำคัญต่อสิ่งรอบข้างไม่เท่ากัน ส่งผลให้เจ้าหน้าที่ที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีระดับความเครียดที่แตกต่างกัน

3.4 เจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ที่มีรายได้แตกต่างกัน ไม่มีระดับความเครียดที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ตึกตา บุรีรัมย์ (2560) อาจเป็นเพราะรายได้ของเจ้าหน้าที่เป็นฐานเงินเดือนที่ชัดเจนและการเลื่อนเงินเดือนที่เป็นระบบเข้าตรงเวลา รวมถึงมีสิทธิและสวัสดิการที่ดี ของหน่วยและของทางราชการที่มอบให้ ส่งผลให้เจ้าหน้าที่ ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีระดับความเครียดที่ไม่แตกต่างกัน

3.5 เจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ที่มีระยะเวลาการทำงานแตกต่างกัน ไม่มีระดับความเครียดที่แตกต่างกัน เป็นไปได้ว่า การปฏิบัติหน้าที่ของ เจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย เป็นการปฏิบัติงานที่มีลักษณะที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงจากเดิม สามารถรับมือและเข้าใจธรรมชาติของการทำงานได้ ส่งผลให้เจ้าหน้าที่ ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ที่มีระยะเวลาการทำงานแตกต่างกัน มีระดับความเครียดที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชดา หลงพิมาย (2560) ที่พบว่า ระยะเวลาการทำงานที่แตกต่างกัน มีความเครียดของทหารเรือในจังหวัดนราธิวาสไม่แตกต่างกัน

4. ผลการศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า

4.1 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรด้านลักษณะงานไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย อาจเป็นเพราะลักษณะงานในแต่ละด้าน ของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ก่อนปฏิบัติได้กำหนดหน้าที่ และขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ส่งผลให้ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรด้านลักษณะงานไม่ส่งผลต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌกร คำเมือง (2564) ที่พบว่า ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรด้านลักษณะงานไม่มีผลต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงอากาศยาน ฝ่ายการช่าง ฝูงบิน 601 กองบิน 6 รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคภัฏญา พงษ์ภู และภาสกร จันทน์พยอม (2563)

4.2 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงานไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย อาจเป็นเพราะ ได้มีการกำหนดตำแหน่งงานและบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน รวมถึงความสามัคคี ในหน่วยที่คอยช่วยเหลือกันให้ภารกิจลุล่วงไปได้ด้วยดี ส่งผลให้ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงานไม่มีผลต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌกร คำเมือง (2564) ที่พบว่า ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงานไม่มีผลต่อความเครียดของเจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงอากาศยาน ฝ่ายการช่าง ฝูงบิน 601 กองบิน 6

4.3 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรด้านโครงสร้างและบรรยากาศขององค์กรมีความสัมพันธ์ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้มีผลระดับความเครียด เจ้าหน้าที่อยู่ในระดับความเครียดในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทร์จิรา ปัญญา (2560) ที่พบว่าปัจจัยด้านโครงสร้างและบรรยากาศในองค์กร ส่งผลต่อ ระดับความเครียดในการทำงานของบุคลากร สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ในเขตกรุงเทพมหานคร อาจเป็นเพราะ โครงสร้างหน่วยที่ออกแบบไว้อย่างเป็นระบบ มีการติดต่อสื่อสารที่ดี ภายในหน่วย ความร่วมมือของนายทหารในหน่วย และการวางแผนที่ดี ส่งผลให้ระดับความเครียดเจ้าหน้าที่มีระดับความเครียดในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย

4.4 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรด้านความก้าวหน้าในวิชาชีพมีความสัมพันธ์ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้มีผลระดับความเครียด เจ้าหน้าที่อยู่ระดับความเครียดในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทร์จิรา ปัญญา (2560) อาจเป็นเพราะ กำลังพลได้รับการสนับสนุนความก้าวหน้าในวิชาชีพจากผู้บังคับบัญชา มีการจัดสอบแข่งขันเพื่อขึ้นระดับที่สูงขึ้นทุกปี รวมถึงการส่งเสริมหลักสูตรต่าง เพื่อโอกาสในเลื่อนขั้นระดับที่สูงขึ้นด้วย ส่งผลให้ความเครียดเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย มีระดับความเครียดในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย

4.5 ปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กรด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคลในองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้มีผลระดับความเครียด เจ้าหน้าที่อยู่ระดับความเครียดในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญานฎิภา จันทร์บำรุง (2555) ที่พบว่า สัมพันธภาพเพื่อนร่วมงานมีผลต่อความเครียดของพนักงาน อาจเป็นเพราะ ผู้บังคับบัญชาได้ให้ความสำคัญแก่กำลังพล เช่น มีการไปเยี่ยมบ้านของกำลังพล โดยได้โดยเฉพาะบ้านกำลังพลที่มีผู้ป่วยติดเตียง หรือกำลังพลที่มีบุตรเจ็บป่วย โดยมีสิ่งอุปโภค บริโภค มอบให้กำลังพล ในส่วนเพื่อนร่วมงานได้อยู่ด้วยกันแบบพี่น้อง รักใคร่สามัคคีกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกันแบบทหาร ส่งผลให้มีผลระดับความเครียด เจ้าหน้าที่อยู่ระดับความเครียดในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่าระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า การศึกษาสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีระดับความเครียดที่ต่างกัน อย่างไรก็ตาม พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการทำงานที่ต่างกัน มีระดับความเครียดที่ไม่แตกต่างกัน ในส่วนผลการศึกษาลักษณะขององค์กรที่มีผลต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า สิ่งแวดล้อมในองค์กร ด้านโครงสร้างและบรรยากาศองค์กร ด้านความก้าวหน้าในวิชาชีพ และด้านสัมพันธภาพระหว่างบุคคลในองค์กร มีผลต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ อย่างไรก็ตามยังพบว่า ด้านลักษณะงาน และด้านบทบาทและความรับผิดชอบในการทำงาน ไม่มีผลต่อระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากปัจจัยสิ่งแวดล้อมในองค์กร พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ดังต่อไปนี้

1. ด้านลักษณะงาน

งานที่ท่านทำ มีลักษณะรูปแบบใหม่อยู่เสมอ หน่วยงานควรให้ความสำคัญในการจัดทำแผน ในการกำหนดภารกิจ ความรับผิดชอบที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อน จัดงานที่มีลักษณะเดียวกันให้อยู่ในหมวดหมู่เดียวกัน และสามารถหมุนเวียนกำลังพลที่มีความสามารถ ทักษะ และความเข้าใจงานที่ทำตรงกัน

หน่วยงานของท่านมีอากาศที่บริสุทธิ์ ปราศจากมลพิษ ฝุ่น คิววัน หน่วยงานควรมีมาตรการ การป้องกันฝุ่น คิววัน หากต้องมีการปฏิบัติภารกิจในสถานที่ที่มีมลพิษทางอากาศเป็นจำนวนมาก ควรเน้นย้ำให้กำลังพลสวมหน้ากากอนามัยในขณะปฏิบัติงาน

หน่วยงานของท่านปราศจากเสียงดังรบกวน เสียงดังรบกวน การเกิดเสียงดัง อาจเกิดจากช่วงเวลาการฝึก เช่น การฝึกยิงปืน หน่วยงานควรเน้นย้ำมาตรการในการสวมอุปกรณ์ป้องกัน ที่ครอบหู ที่อุดหู ลดเสียงดัง ทำให้ปลอดภัยและลดความเสี่ยงดังได้มากยิ่งขึ้น

2. ด้านความก้าวหน้าในวิชาชีพ

ท่านได้รับโอกาสในการเลื่อนขั้นเงินเดือน อย่างสม่ำเสมอ ข้อเสนอแนะ ในการเลื่อนขั้นเงินเดือนจะเป็นไปตามวาระของทางระบบราชการ ส่วนงานควรมีการกำหนด มาตรฐานในการพิจารณาขั้นเงินเดือนที่ชัดเจน เพื่อให้กำลังพลมีการกำหนดแนวทางในการปฏิบัติงานให้ตรงตาม เป้าหมาย

หน่วยงานของท่าน มีการวางแผนส่งเสริมให้ก้าวขึ้นไปสู่ตำแหน่งที่สูงกว่า ข้อเสนอแนะหน่วยงาน ควรมีการส่งเสริมให้กำลังพลพัฒนาตนเองอยู่เสมอ จัดให้มีการอบรมแนวทางการเติบโตตามแนวทางการรับราชการ เพื่อให้กำลังพลที่มีคุณสมบัติครบถ้วนได้มีแนวทางการปฏิบัติ สามารถเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นจากเดิมได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นนอกเหนือจากสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรที่มีพันธกิจระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ความสัมพันธ์ด้านครอบครัว หนี้สินเจ้าหน้าที่ เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางปรับระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ให้ลดลง

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระดับความเครียดและปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความเครียด ของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย ในหน่วยงานอื่นๆ เพื่อนำมาสู่การพัฒนาระดับความเครียดให้มีการลดลงและมีสุขภาพจิตที่ดีส่งผลต่อการพัฒนาชีวิตการทำงานให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

3. ควรมีการศึกษาระดับความเครียดของเจ้าหน้าที่ส่วนสารวัตรทหาร กองพันทหารสารวัตร สำนักกองบัญชาการ กองบัญชาการกองทัพไทย กับข้าราชการในส่วนต่างของในกองบัญชาการกองทัพไทย เพื่อหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขระดับความเครียดของข้าราชการทหารกองทัพไทย ทุกเหล่าทัพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จันทร์จิรา ปัญญา. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการทำงานของพนักงานช่างเหล็กในโรงงานแห่งหนึ่ง จังหวัดพิษณุโลก (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ชัชดา หลงพิมาย. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเครียดของทหารเรือในจังหวัดนราธิวาส (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ญาณิภา จันทร์บำรุง. (2555). ปัจจัยในการปฏิบัติงานที่มีความสัมพันธ์กับความเครียดของพนักงานกรณีศึกษา บริษัทบางกอกกล๊าส จำกัด (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม.
- ณกร คำเมือง. (2564). สิ่งแวดล้อมในองค์กรที่มีผลต่อความเครียดของเจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงอากาศยาน ฝ่ายช่าง ฝูงบิน 601 กองบิน 6 (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ตุ๊กตา บุรีรัมย์. (2560). ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเครียดส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารสาระคม*, 8(2), 32-47.
- นิธินี รุจิรังสีเจริญ, นิดา ลิ้มสุวรรณ, ศิริไชย หงส์สงวนศรี, บัญญัติ ยงยวน. (2564). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับระดับความเครียดของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร. *วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย* 2564, 66(1), 53-68.
- ภาคัญญา พงษ์ภู, ภาสกร จันทน์พยอม (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเครียดในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตรวจค้น บุคคลและสัมภาระที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 16(4), 152-166.
- วันดี ผ่องใส. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมภายในองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงพิมพ์สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับที่สิบสาม). สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=13651.
- Krejcie and Morgan, (1970). Determination sample size for research activities. *Education and Psychology Measurement*, 30(3), 607-610.
- Nunnally, (1978). *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill.

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 กรณีมีการร้องเรียนต้องร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษรไปที่บรรณาธิการโดยตรงก่อนในขั้นตอนแรกควรทำการร้องเรียนอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรต่อบรรณาธิการวารสารโดยตรงหากข้อร้องเรียนไม่ได้รับการแก้ไขเป็นที่น่าพอใจ ก็สามารถยื่นข้อร้องเรียนนั้นต่อคณะกรรมการต้นสังกัดของบรรณาธิการ

2. บทบาทหน้าที่ของผู้เขียน

2.1 บทความที่ผู้เขียนส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน

2.2 ผู้เขียนต้องทำการอ้างอิงให้ถูกต้องทุกครั้งเมื่อนำผลงานของผู้เขียนมานำเสนอหรืออ้างอิงประกอบในเนื้อหาของบทความของตนเอง และต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้เขียน

2.3 หากผลงานทางวิชาการของผู้เขียนเกี่ยวข้องกับการใช้สัตว์ ผู้เข้าร่วม หรืออาสาสมัคร หรือผลการวิจัยมีประเด็นที่เปราะบางต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้เขียนควรดำเนินการตามหลักจริยธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

รวมถึงต้องได้รับความยินยอมก่อนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือแสดงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือรับรองจาก คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือในสัตว์ทดลองประกอบด้วยทุกครั้ง

2.4 ผู้นิพนธ์ต้องยินยอมให้สิทธิ์แก่วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในการเผยแพร่ผลงาน และไม่นำ ผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่นๆ หลังจากที่ได้รับการตอบรับการตีพิมพ์กับวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย แล้ว

2.5 ชื่อผู้นิพนธ์ที่ปรากฏในบทความต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในบทความนั้นๆ จริง

3. บทบาทหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

3.1 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ การพิจารณาคูณภาพของบทความต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความ เป็นหลัก และพิจารณาบนหลักการและเหตุผลทางวิชาการโดยปราศจากอคติหรือความขัดแย้งส่วนตัว

3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องตระหนักว่าตนเองเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของบทความที่รับประเมิน อย่างแท้จริง

3.3 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่แสวงหาประโยชน์จากบทความที่ตนเองได้ทำการประเมิน

3.4 หากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพบว่าบทความที่รับประเมิน เป็นบทความที่คัดลอกผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้ง ให้บรรณาธิการทราบทันที พร้อมแสดงหลักฐานประกอบที่ชัดเจน

3.5 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่วารสารกำหนด รวมถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของ บทความให้ผู้อื่นได้รับรู้

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

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

ส่วนประกอบของบทความ

1. บทความวิจัย/วิทยานิพนธ์

1.1 ชื่อเรื่อง ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.2 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ครบทุกคน โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียนที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน

1.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทย)

1.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย สรุปเนื้อหาของบทความให้เข้าใจถึงที่มาของการทำวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย ผลที่ได้จากการวิจัย และการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ความยาวประมาณ 250 คำ

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

1.4 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ)

1.4.1 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับ บทคัดย่อภาษาไทย

1.4.2 คำสำคัญภาษาอังกฤษ แปลจากคำสำคัญภาษาไทย

1.4.3 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ต้องได้รับการตรวจทานภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญทางภาษาให้ถูกต้องก่อนการส่งบทความขอตีพิมพ์ในวารสาร

1.5 เนื้อเรื่อง

1.5.1 ความเป็นมาของปัญหา ให้อธิบายถึงเหตุผล และชี้ให้เห็นความสำคัญของงานวิจัยที่ทำ

1.5.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย ให้ระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ชัดเจน โดยบอกเป็นข้อๆ ตามลำดับความสำคัญ

1.5.3 วิธีดำเนินการวิจัย ให้ระบุประเภทการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล

1.5.4 ผลการวิจัย ให้แสดงผลจากการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจมีภาพประกอบ แผนภูมิ ตาราง หรือการสื่อในลักษณะอื่นๆ ที่ผู้อ่านดูแล้วเข้าใจ

1.5.5 อภิปรายผล อภิปรายให้ผู้อ่านเห็นความสัมพันธ์และความเป็นไปได้ของผลการศึกษา สนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎี เปรียบเทียบหรือตีความเพื่อเน้นความสำคัญของงานให้เข้าใจง่ายที่สุด

1.5.6 สรุปผลการวิจัย ข้อสรุปที่ได้จากการวิจัย ความยาวประมาณ 150 คำ

1.5.7 ข้อเสนอแนะ ให้แนะนำการนำผลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และแนะนำเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป

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

2. บทความทางวิชาการ

2.1 ชื่อเรื่อง ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.2 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษให้ครบทุกคน โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียนที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน

2.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทย)

2.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย สรุปความเป็นมาของสิ่งที่นำเสนอ และสรุปภาพรวมทั้งหมดของบทความ ความยาวประมาณ 250 คำ

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

2.4 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ)

2.4.1 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับบทคัดย่อภาษาไทย

2.4.2 คำสำคัญภาษาอังกฤษ แปลจากคำสำคัญภาษาไทย

2.4.3 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ต้องได้รับการตรวจทานภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญทางภาษาให้ถูกต้องก่อนการส่งบทความขอตีพิมพ์ในวารสาร

2.5 เนื้อเรื่อง

2.5.1 ความนำ ควรประกอบด้วย

1) ความเป็นมาหรือภูมิหลังหรือความสำคัญของเรื่องที่น่าสนใจ

2) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอบทความที่ต้องการให้ผู้อ่านทราบเรื่องอะไรบางอย่าง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับเรื่องหรือเนื้อหาของบทความ

3) ขอบเขตของเรื่องที่น่าสนใจ ระบุกรอบในการอ่านโดยการเขียนขอบเขตเพื่อบอกให้ผู้อ่านทราบและเข้าใจตรงกัน

4) คำจำกัดความ ควรระบุไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านหากคำเหล่านั้นมีความหมายที่แตกต่างจากคำทั่วไป หรือคำที่ผู้อ่านอาจจะไม่เข้าใจความหมาย

2.5.2 เนื้อหา ต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2.5.3 บทสรุป ข้อสรุปประเด็นสำคัญที่ได้จากเนื้อหา/เนื้อเรื่อง ความยาวประมาณ 150 คำ

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

ข้อกำหนดในการเตรียมต้นฉบับ

ให้พิมพ์ต้นฉบับโปรแกรม Microsoft Word ชนิดอักษร Cordia New หรือ Cordia UPC แบบ 1 คอลัมน์ โดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ จำนวนหน้า 7-15 หน้า ขนาดกระดาษ A4 (210 x 297 mm) ระยะห่างจากขอบกระดาษด้านบน 2.1 ซม. ส่วนด้านล่าง ด้านซ้าย และด้านขวา มีระยะห่างจากขอบกระดาษด้านละ 2 ซม. การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง โดยมีรายละเอียดแต่ละรายการดังต่อไปนี้

- ชื่อเรื่อง** ขนาดตัวอักษร 17 ตัวหนา จัดไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
- ชื่อผู้เขียน** ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ ไว้ขอบด้านขวาหน้ากระดาษ
- คำสำคัญ (Keywords)** หัวข้อหลักในฉบับบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา เนื้อหาของคำสำคัญ ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ปกติจัดชิดขอบกระดาษด้านขวา
- ชื่อหัวข้อหลักและรอง** หัวข้อหลักในฉบับบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์และหัวข้อย่อยให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์
- รูปแบบและตาราง** ชื่อตารางให้จัดวางบนตารางโดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา จัดให้ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์ ส่วนคำบรรยายรูปภาพจัดไว้ให้อยู่ใต้รูปภาพ
- ความห่างระหว่างข้อความ** การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง กรณีที่ขึ้นหัวข้อใหม่ (หัวข้อหลัก) ให้กด Enter 2 ครั้ง กรณีที่ขึ้นหัวข้อใหม่ (หัวข้อย่อย) ให้กด Enter 1 ครั้ง

การอ้างอิงเอกสาร

1. การลงรายการอ้างอิงในเนื้อเรื่อง

ให้ใช้ระบบนาม-ปี ทั้งผู้แต่งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยแยกเป็น

1.1 ข้อมูลนาม-ปี **อยู่หน้าข้อความ** ชื่อผู้เขียนเป็นส่วนหนึ่งของข้อความ ใส่ปีพิมพ์ไว้ในวงเล็บ ตามรูปแบบ

ชื่อ – สกุล (ปีพิมพ์) / Surname (Date) โดยไม่ต้องใส่เลขหน้า ยกเว้นการอ้างอิงแบบคัดลอกข้อความในเครื่องหมายอัญประกาศ (“ ”) เท่านั้น

ในกรณีที่ผู้แต่ง 3 คนให้ลงชื่อทุกคน มีคำว่า “และ” (“and” ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) เชื่อมคนสุดท้าย และคั่นแต่ละคนด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ส่วนในกรณีที่ผู้แต่ง 4 คนขึ้นไป ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก และคำว่า “และคณะ” (“et al.” ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) ต่อท้าย นอกจากนี้ การอ้างอิงงานเดียวกันที่มีผู้แต่งตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป หลังการอ้างอิงครั้งแรกไปแล้ว ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก และคำว่า “และคณะ” (et al. ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) ต่อท้าย เช่น

ชื่อผู้แต่ง	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งแรก)	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งต่อๆ ไป ในบทความ)	ภาษาอังกฤษ	ภาษาอังกฤษ (อ้างอิงครั้งต่อๆ ไป ในบทความ)
1 คน	วันทนา ทับทิม (2552)	วันทนา ทับทิม (2552)	Brown (2009)	Brown (2009)
2 คน	วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี (2552)	วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี (2552)	Smith and Brown (2009)	Smith and Brown (2009)
3 คน	วันทนา ทับทิม, สมใจ พิมพ์ และ อุษา งามดี (2553)	วันทนา ทับทิม และคณะ (2553)	Smith, Bradley, and Brown (2011)	Smith et al. (2011)
≥ 4 คน	วันทนา ทับทิม และคณะ (2552)	วันทนา ทับทิม และคณะ (2552)	Smith et al. (2009)	Smith et al. (2009)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัย แห่งชาติ (วช., 2555)	วช. (2555)	National University of Singapore (NUS, 2015)	NUS (2015)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (ไม่มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (2560)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (2560)	Loei Rajabhat University (2003)	Loei Rajabhat University (2003)

1.2 ข้อมูลนาม-ปี อยู่ท้ายข้อความ ซึ่งผู้เขียนไม่ได้อยู่ในข้อความที่อ้าง ใส่ชื่อผู้แต่งและปีพิมพ์ คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (.) ไว้ในวงเล็บ วางไว้ท้ายข้อความที่อ้าง เช่น

ชื่อผู้แต่ง	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งแรก)	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งต่อๆ ไป ในบทความ)	ภาษาอังกฤษ	ภาษาอังกฤษ (อ้างอิงครั้งต่อๆ ไปใน บทความ)
1 คน	(วันทนา ทับทิม, 2552)	(วันทนา ทับทิม, 2552)	(Brown, 2009)	(Brown, 2009)
2 คน	(วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี, 2552)	(วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี, 2552)	(Smith and Brown, 2009)	(Smith and Brown, 2009)
3 คน	(วันทนา ทับทิม, สมใจ พิมพ์ และ อุษา งามดี 2553)	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2553)	(Smith, Bradley, & Brown, 2011)	(Smith et al., 2011)
≥ 4 คน	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2552)	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2552)	(Smith et al., 2009)	(Smith et al., 2009)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (มีชื่อย่อ ที่เป็นทางการ)	(สำนักงานคณะกรรมการวิจัย แห่งชาติ [วช.], 2555)	(วช., 2555)	(National University of Singapore [NUS], 2015)	(NUS, 2015)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (ไม่มีชื่อย่อ ที่เป็นทางการ)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(Loei Rajabhat University, 2003)	(Loei Rajabhat University, 2003)

2. การอ้างอิงเอกสารทุติยภูมิ (อ้างถึงใน)

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 แสดงการลงรายการเพื่อเป็นตัวอย่างดังนี้

3.1 หนังสือทั่วไป (อ้างอิงทั้งเล่ม)

3.1.1 ฉบับพิมพ์

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

3.1.2 ฉบับพิมพ์ มีบรรณานิการ

ชื่อผู้แต่ง (บรรณานิการ). (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 (บรรณานิการ). (2542). คู่มือการจัดและตกแต่งสวนในบ้าน (พิมพ์ครั้งที่ 8, เล่ม 2). กรุงเทพฯ: บ้านและสวน.

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

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

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

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

3.2 บทความหรือบทในหนังสือ

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

ตัวอย่าง

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

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

3.3 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, และภิญญาดา 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 เวชวิทยาชล้ง. (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! อัตลักษณ์ชุมชน ทายาทผ้าขาวม้าไทย สร้างผลิตภัณฑ์ระดับห้าดาว!. (2561, 19 ธันวาคม). *ผู้จัดการรายวัน*, น. 5.

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

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

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

3.9 เว็บไซต์

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

ตัวอย่าง

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

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

3.10 ผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์. (ปีที่ให้สัมภาษณ์, วันที่ เดือน). ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์ (ถ้ามี). [สัมภาษณ์]

ตัวอย่าง

สุขสรรค์ ทองดี. (2560, 2 มิถุนายน). ผู้จัดการร้าน ดี ดี จำกัด. [สัมภาษณ์]

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

234 ถนนเลย-ชัยภูมิต.เมือง อ.เมือง จ.เลย 42000

Research and Development Institute, Loei Rajabhat University

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

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

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

E-mail: research_lru@hotmail.com