



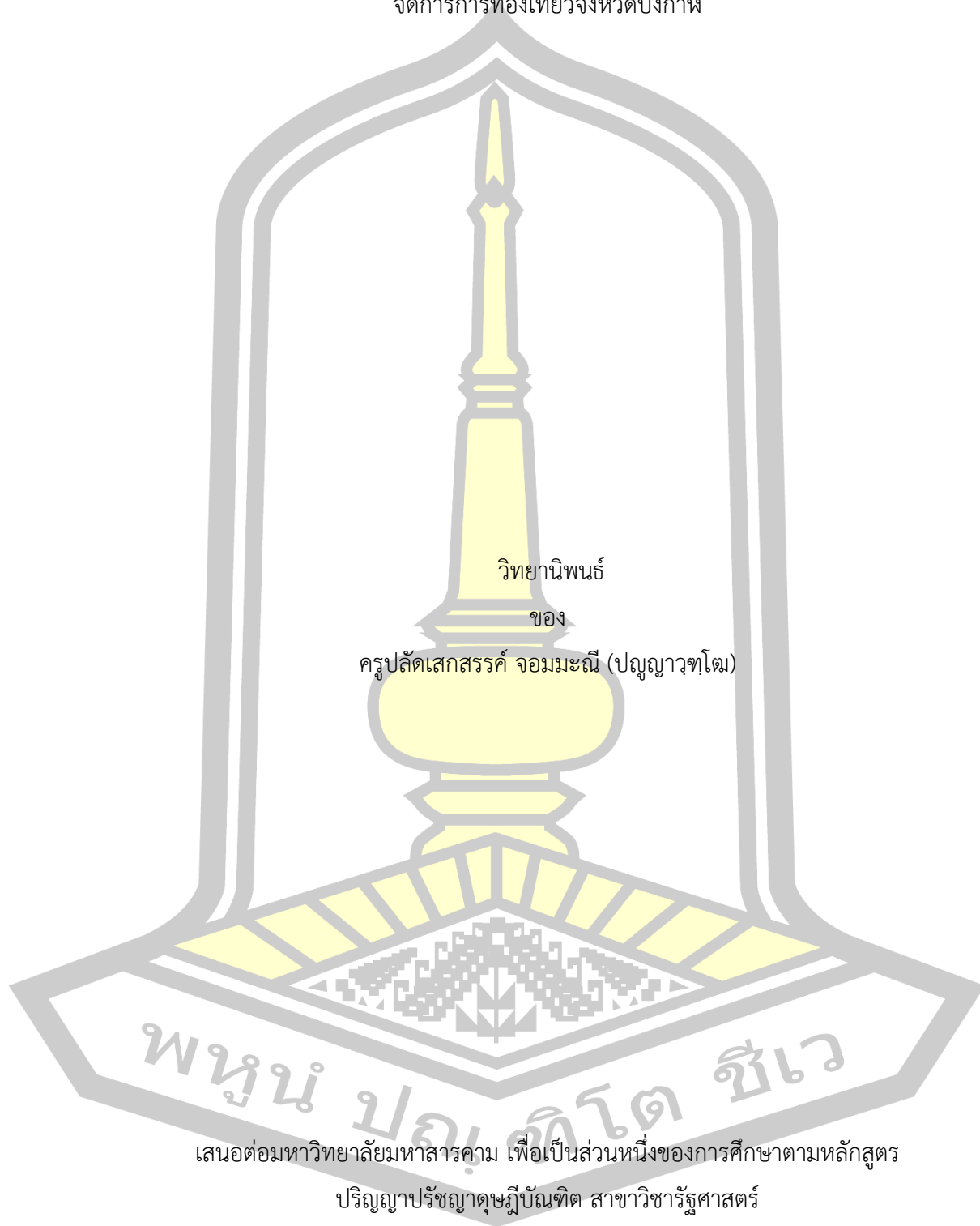
บทบาทของแผน ควบคู่ไปกับการพัฒนาและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ  
จัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

วิทยานิพนธ์  
ของ  
ครูปลัดเสกสรรค์ จอมมะณี (ปญญาวุฒโต)

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์  
พฤษภาคม 2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

บทบาทของแผน ควบคู่ไปกับการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ  
จัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

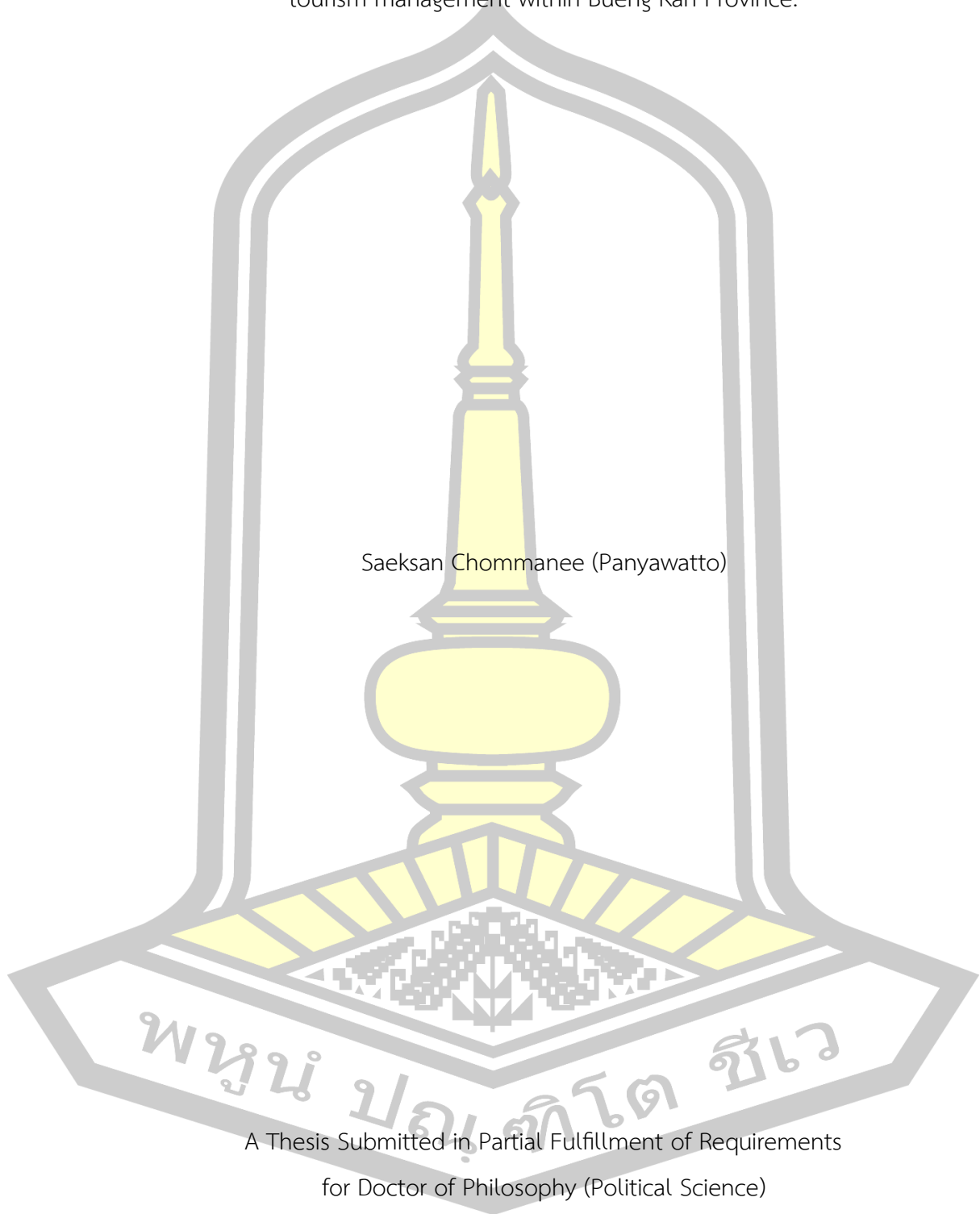


เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์

พฤษภาคม 2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

A role of Tourism planning, safety, and service standards in shaping the efficacy of  
tourism management within Bueng Kan Province.



Saeksan Chommanee (Panyawatto)

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements  
for Doctor of Philosophy (Political Science)

May 2025

Copyright of Maharakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของพระครูปลัดเสกสรรค์ จอม  
มะณี (ปัญญาวุฒโต) แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญา  
ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(รศ. ดร. อัครภรณ์ วงศ์ปรีดี )

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ดร. ชินวัตร เชื้อสระคู )

กรรมการ

(ผศ. ดร. วนิตา พรหมหล้า )

กรรมการ

(ผศ. ดร. จีรศักดิ์ โปกาวิน )

กรรมการ

(ผศ. ดร. จิตรลดา ไชยะ )

มหาวิทยาลัยขอนแก่นให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

.....  
(ผศ. เจริญ งามชัย ) (ผศ. ดร. พลเดช เขารัตน์ )

คณบดีวิทยาลัยการเมืองการปกครอง

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ		
ผู้วิจัย	ครูปลัดเสกสรรค์ จอมมะณี (ปญญาวุฑโฒ)		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. ชินวัตร เชื้อสระคู		
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต	สาขาวิชา	รัฐศาสตร์
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2568

### บทคัดย่อ

การศึกษาหัวข้อ "บทบาทของแผนความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ" มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยกระดับประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ แผนงานด้านการท่องเที่ยว มาตรการความปลอดภัย และมาตรฐานบริการ และ (2) ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ การวิจัยใช้วิธีเชิงปริมาณ โดยสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 402 คน ซึ่งประกอบด้วยเพศชาย 55% และเพศหญิง 45% โดยส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (32.1%) และเป็นนักเรียน/นักศึกษา (29.4%) ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบผสมผสานคือใช้งานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม และเชิงปริมาณ ในส่วนของงานวิจัยเชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ รวมถึงแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างตัวแปร ผลการวิจัยพบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยว มาตรการความปลอดภัย และมาตรฐานบริการ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยว การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแสดงให้เห็นว่า ทั้งสามปัจจัยเป็นตัวทำนายที่มีนัยสำคัญต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยว ( $R^2 = 0.65, p < 0.01$ ) การวิเคราะห์ CFA ยืนยันความถูกต้องของแบบจำลองการวัด โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) ทั้งหมดสูงกว่า 0.70 และมีค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ ( $CFI = 0.95, RMSEA = 0.05$ ) การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์แสดงให้เห็นว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลโดยตรงต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยว ( $\beta = 0.32, p < 0.01$ ) ในขณะที่มาตรการความปลอดภัย ( $\beta = 0.25, p < 0.01$ ) และมาตรฐานบริการ ( $\beta = 0.28, p < 0.01$ ) มีทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มาตรการด้านความปลอดภัย เช่น ป้ายเตือนที่ชัดเจน ( $\bar{x} = 4.27$ ) และความพร้อมด้านอุปกรณ์ฉุกเฉิน ( $\bar{x} = 4.15$ ) ส่งผลเชิงบวกโดยตรงต่อความรู้สึกปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ในขณะที่มาตรฐานบริการ เช่น การบริหารห่วงโซ่อุปทาน ( $\bar{x} = 4.15$ ) และความร่วมมือ ( $\bar{x} = 4.09$ ) ส่งผลทางอ้อมผ่านประสบการณ์ที่ดีขึ้นของนักท่องเที่ยว

ข้อสรุปของการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การบูรณาการแผนงานด้านการท่องเที่ยวที่ครอบคลุม เข้ากับมาตรการความปลอดภัยที่เข้มงวดและมาตรฐานบริการที่มีคุณภาพสูง สามารถเพิ่มประสิทธิผล ในการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬได้อย่างมาก ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ การจัดตั้ง หน่วยงานกลางเพื่อประสานงานด้านการท่องเที่ยว การนำระบบบริหารความเสี่ยงที่ทันสมัยมาใช้ การ ใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน นอกจากนี้ งานวิจัยในอนาคต ควรมุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อปรับปรุงผลลัพธ์เหล่านี้ให้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ : แผนความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว, มาตรฐานบริการ, ประสิทธิภาพการจัดการ การท่องเที่ยว, จังหวัดบึงกาฬ



<b>TITLE</b>	A role of Tourism planning, safety, and service standards in shaping the efficacy of tourism management within Bueng Kan Province.		
<b>AUTHOR</b>	Saeksan Chommanee (Panyawatto)		
<b>ADVISORS</b>	Chinnawat Chueasraku , Ph.D.		
<b>DEGREE</b>	Doctor of Philosophy	<b>MAJOR</b>	Political Science
<b>UNIVERSITY</b>	Maharakham University	<b>YEAR</b>	2025

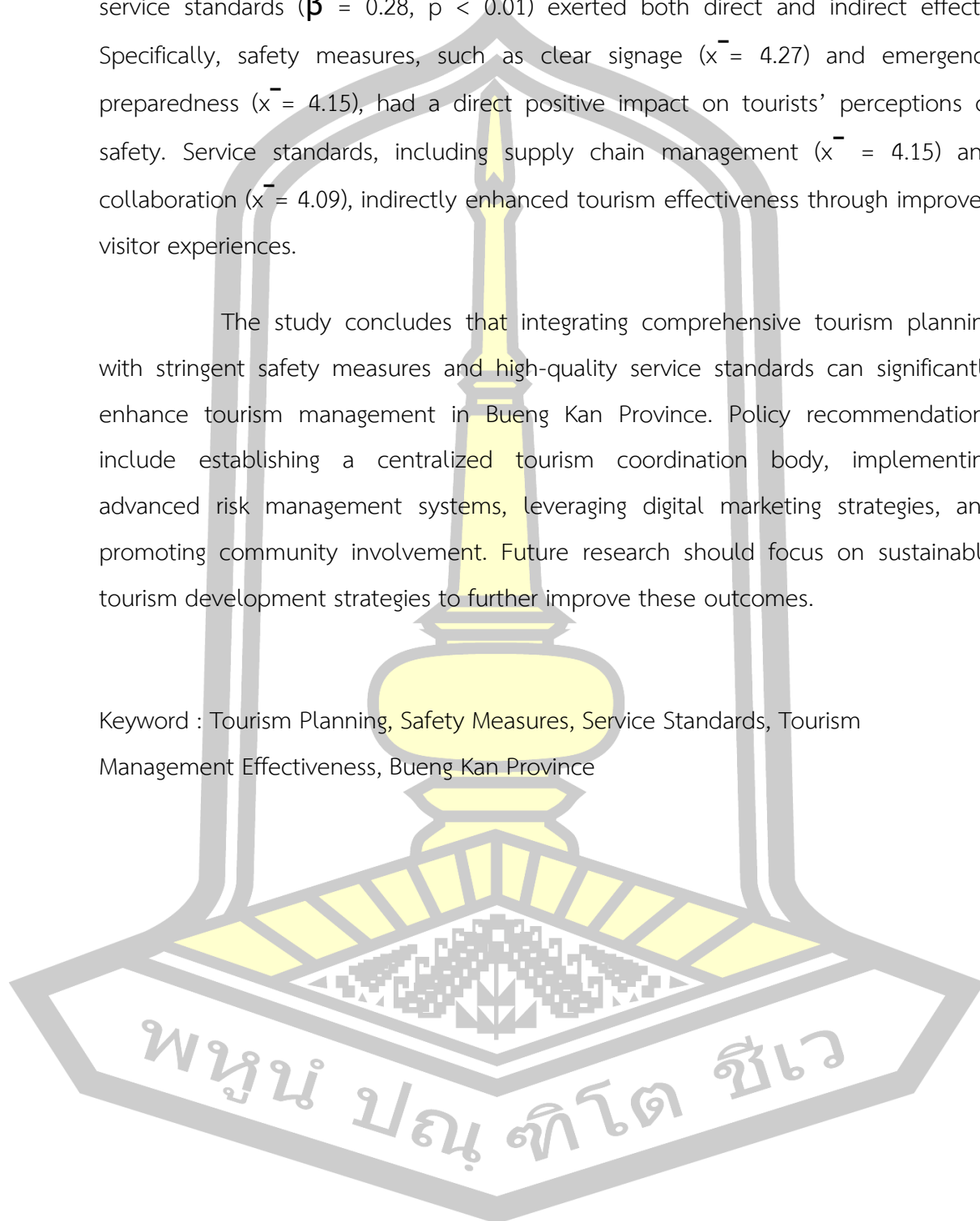
### ABSTRACT

Research on the subject "The Roles of Tourism Planning, Safety Measures, and Service Standards Influencing the Effectiveness of Tourism Management in Bueng Kan Province" aimed to (1) analyze the factors influencing the enhancement of tourism management effectiveness, focusing on tourism planning, safety measures, and service standards; and (2) provide policy recommendations for improving tourism management in Bueng Kan Province. A quantitative approach was employed, surveying 402 respondents, comprising 55% males and 45% females, with a majority aged below 25 years (32.1%) and primarily students (29.4%). Data analysis is a mixed-methods strategy that includes both qualitative research (in-depth interviews and focus group discussions) and quantitative research. Multiple regression analysis, Confirmatory Factor Analysis (CFA), and route analysis, which includes Structural Equation Modeling (SEM), are used in quantitative research to investigate direct, indirect, and total influences among variables. The research revealed that tourism planning, safety measures, and service standards significantly influenced tourism management effectiveness. The multiple regression analysis indicated that all three factors were significant predictors of tourism management effectiveness ( $R^2 = 0.65$ ,  $p < 0.01$ ). The CFA confirmed the validity of the measurement model, with all factor loadings above 0.70 and acceptable fit indices (CFI = 0.95, RMSEA = 0.05). Path analysis showed that tourism planning had a direct effect on tourism management

effectiveness ( $\beta = 0.32, p < 0.01$ ), while safety measures ( $\beta = 0.25, p < 0.01$ ) and service standards ( $\beta = 0.28, p < 0.01$ ) exerted both direct and indirect effects. Specifically, safety measures, such as clear signage ( $\bar{x} = 4.27$ ) and emergency preparedness ( $\bar{x} = 4.15$ ), had a direct positive impact on tourists' perceptions of safety. Service standards, including supply chain management ( $\bar{x} = 4.15$ ) and collaboration ( $\bar{x} = 4.09$ ), indirectly enhanced tourism effectiveness through improved visitor experiences.

The study concludes that integrating comprehensive tourism planning with stringent safety measures and high-quality service standards can significantly enhance tourism management in Bueng Kan Province. Policy recommendations include establishing a centralized tourism coordination body, implementing advanced risk management systems, leveraging digital marketing strategies, and promoting community involvement. Future research should focus on sustainable tourism development strategies to further improve these outcomes.

Keyword : Tourism Planning, Safety Measures, Service Standards, Tourism Management Effectiveness, Bueng Kan Province



## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จเสร็จสมบูรณ์ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากอาจารย์ ดร. ชินวัตร เชื้อสระคู อาจารย์ที่ปรึกษา ได้ให้การอนุเคราะห์ตรวจทาน แนะนำส่วนที่บกพร่องการทำวิจัยฉบับนี้จนแล้วเสร็จ

กราบขอบพระคุณ พระเดชพระคุณ พระราชาคณะโสภณ (เทพา ฐิริปัญโญ) เจ้าคณะจังหวัด บึงกาฬ เจ้าอาวาสวัดเชกาเจติยาราม พระอารามหลวง ผู้บังคับบัญชาที่เคารพยิ่ง ที่ได้ให้โอกาสได้ศึกษาเล่าเรียนในระดับบัณฑิตศึกษา อีกทั้งยังเมตตาสนับสนุนช่วยทุนการศึกษา

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณครอบครัว ที่คอยสนับสนุนในทุกเรื่อง ขอขอบคุณเพื่อนสนิทที่ให้การช่วยเหลือทั้งเรื่องเรียน งานวิจัย และมอบกำลังใจให้ทุกครั้งเมื่อพบเจอกัน คุณค่าและประโยชน์ใดๆ อันพึงมีจากวิจัยฉบับนี้ขอมอบเป็น กตเวทิตาคุณ แต่ทุกท่านที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ซึ่งถือว่าทุกท่านได้มีส่วนร่วมสร้างสรรค์วิจัยเล่มนี้แก่ผู้วิจัยจนประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

ครูปลัดเสกสรรค์ จอมมะณี (ปญญาวุฑฒ)

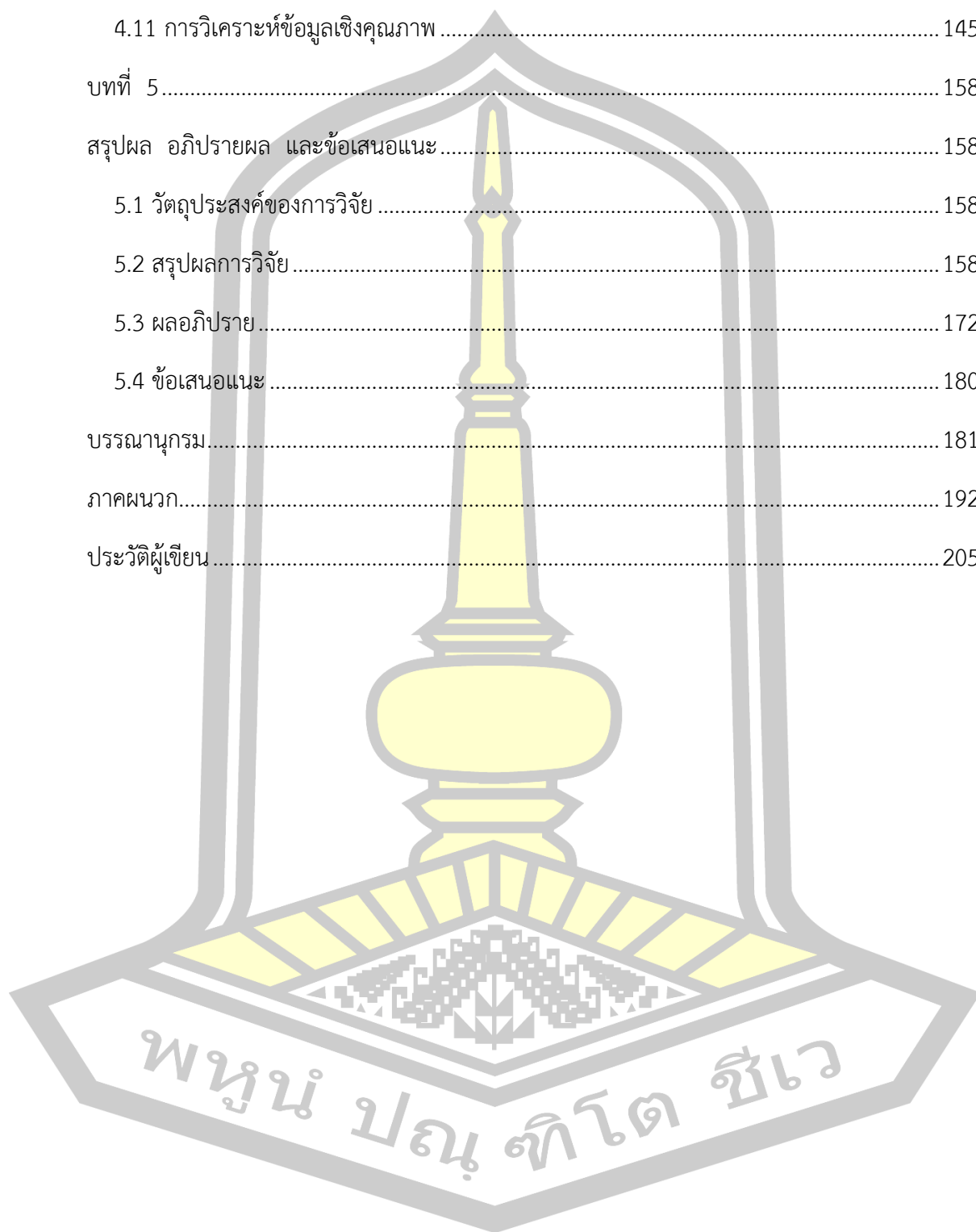
พูน ปณ ทิโต ชีเว

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฌ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ฅ
บทที่ 1 .....	95
บทนำ.....	95
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	95
1.2 คำถามวิจัย.....	101
1.3 วัตถุประสงค์.....	101
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	101
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	102
1.6 ขอบเขตงานวิจัย.....	102
1.7 พื้นที่ศึกษา.....	103
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	103
บทที่ 2.....	105
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	105
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว.....	106
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว.....	133
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการด้านการท่องเที่ยว.....	138

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว.....	144
2.5 ประสิทธิภาพของการจัดการการท่องเที่ยว.....	148
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว.....	149
2.7 แหล่งท่องเที่ยวในบริบทจังหวัดบึงกาฬ.....	154
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	161
2.9 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	169
2.10 ตารางสังเคราะห์องค์ประกอบของประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว.....	170
บทที่ 3.....	96
วิธีดำเนินการวิจัย.....	96
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	96
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	98
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	103
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	104
บทที่ 4.....	108
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	108
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	110
4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	111
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว.....	112
4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว.....	116
4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว.....	121
4.6 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว.....	124
4.7 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ.....	127
4.8 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด.....	129
4.9 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐาน.....	138

4.10 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม.....	141
4.11 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	145
บทที่ 5.....	158
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	158
5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	158
5.2 สรุปผลการวิจัย.....	158
5.3 ผลอภิปราย.....	172
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	180
บรรณานุกรม.....	181
ภาคผนวก.....	192
ประวัติผู้เขียน.....	205

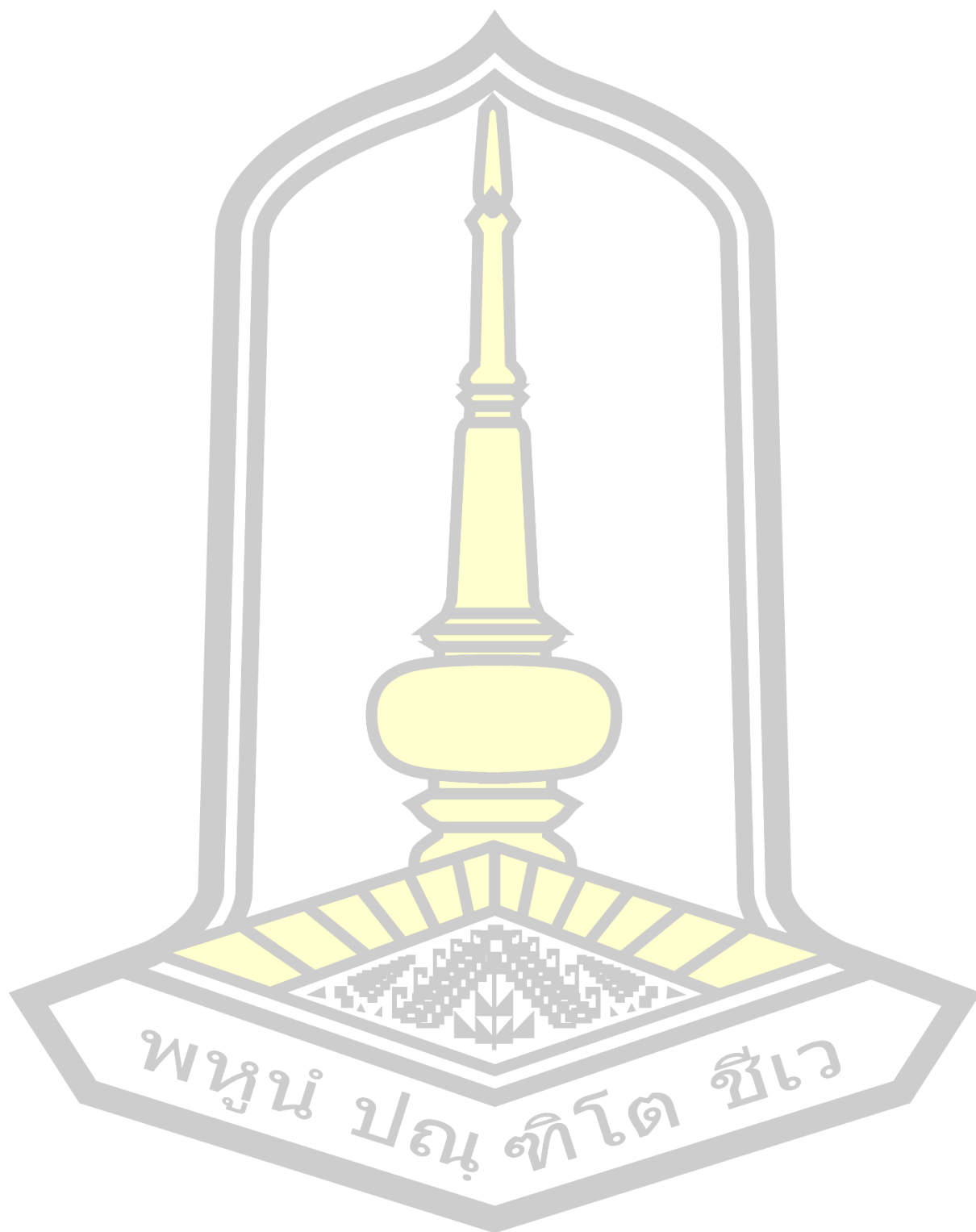


## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างของการโฆษณาและการประสัมพันธ์ .....	124
ตารางที่ 2 ตารางสังเคราะห์องค์ประกอบของประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว.....	171
ตารางที่ 3 ตารางแสดงจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ทำแบบสอบถามจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด บึงกาฬ .....	97
ตารางที่ 4 ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ .....	98
ตารางที่ 5 ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญในจังหวัดบึงกาฬ .....	98
ตารางที่ 6 ตารางเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลอง .....	106
ตารางที่ 7 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	110
ตารางที่ 8 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	111
ตารางที่ 9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อ แผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว.....	112
ตารางที่ 10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มี ต่อแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือ.....	113
ตารางที่ 11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มี ต่อแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์.....	114
ตารางที่ 12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มี ต่อแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง.....	115
ตารางที่ 13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มี ต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน).....	116
ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มี ต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการจากการถูกเอารัดเอาเปรียบ .....	117
ตารางที่ 15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มี ต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน... ..	118

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข.....	119
ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว.....	120
ตารางที่ 18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม.....	121
ตารางที่ 19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ.....	122
ตารางที่ 20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการ.....	122
ตารางที่ 21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านจริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน.....	123
ตารางที่ 22 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มิติด้านเศรษฐกิจ.....	124
ตารางที่ 23 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มิติด้านสังคม.....	125
ตารางที่ 24 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มิติด้านสิ่งแวดล้อม.....	126
ตารางที่ 25 เมตริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ และตัวแปรตาม.....	127
ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว.....	128
ตารางที่ 27 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบแผนงานด้านการท่องเที่ยว.....	130
ตารางที่ 28 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว.....	132
ตารางที่ 29 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว.....	134
ตารางที่ 30 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว.....	136

ตารางที่ 31 หน้าที่อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม..... 141



## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปภาพที่ 1 สัดส่วน GDP รวมของประเทศด้านการท่องเที่ยว ต่อ GDP รวมของประเทศ.....	96
รูปภาพที่ 2 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองต่อรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด .....	97
รูปภาพที่ 3 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด.....	98
รูปภาพที่ 4 ประเภทความเสี่ยง.....	128
รูปภาพที่ 5 ภาพรวมของมาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	145
รูปภาพที่ 6 ประสิทธิภาพของการจัดการการท่องเที่ยว.....	149
รูปภาพที่ 7 กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ .....	169
รูปภาพที่ 8 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบแผนงานด้านการท่องเที่ยว .....	130
รูปภาพที่ 9 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว .....	132
รูปภาพที่ 10 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว .....	134
รูปภาพที่ 11 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบประสิทธิภาพของการจัดการท่องเที่ยว.....	135
รูปภาพที่ 12 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบทั้งหมดในภาพรวม .....	137
รูปภาพที่ 13 ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการจัดการท่องเที่ยว ก่อนการปรับโมเดล.....	139
รูปภาพที่ 14 ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ปลอดภัยด้านการ..	140

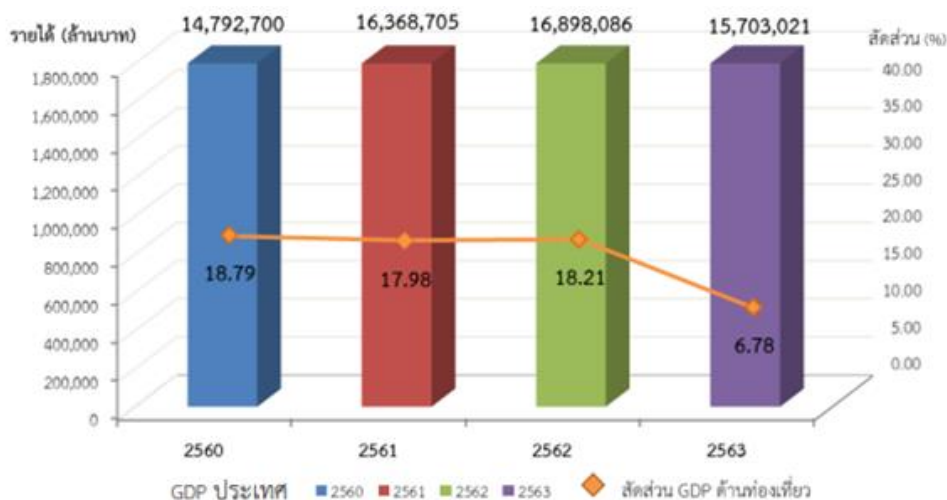
## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

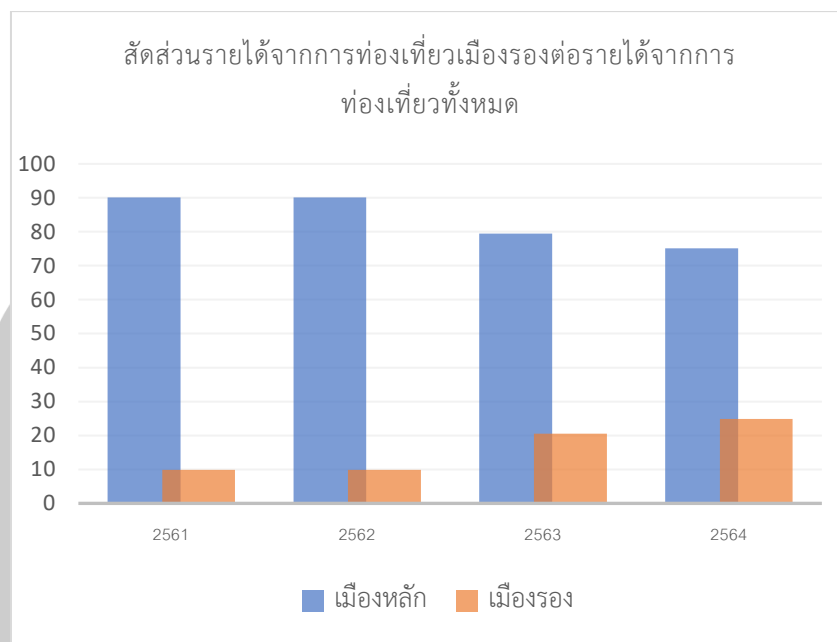
การท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของโลก เห็นได้จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในทุกปี ซึ่งก่อให้เกิดผลทางด้านเศรษฐกิจโดยรวมเมื่อเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมใหญ่ๆ หลายอุตสาหกรรม ทั้งทางด้านการว่าจ้างแรงงานหมุนเวียนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และตลาดแรงงานในการท่องเที่ยวมีการขยายการเติบโตจากเดิมมากขึ้นหลายเท่าตัว ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นการขยายตัวของการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วสำหรับในประเทศไทยนั้น ได้ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวมานานกว่า 40 ปี ส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ผลจากการพัฒนาการท่องเที่ยวปรากฏอย่างชัดเจนและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เห็นได้จากผลประกอบการด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ส่งผลให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสูงขึ้น (วรรณพร วาณิชชานุกการ, 2540 : 10) ทั้งยังเป็นตัวช่วยสร้างงานและกระจายรายได้ไปยังท้องถิ่น ดังนั้นรัฐบาลจึงได้พยายามผลักดันนโยบายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศและวางกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2549)

โดยในช่วงปี 2561 – 2562 มีสัดส่วนคงที่อยู่ที่ร้อยละ 17.98 และ 18.21 ตามลำดับ แม้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี แต่ขณะเดียวกันในช่วงปี 2563 ที่ผ่านมามีประเทศไทยได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวของไทยอย่างมาก โดยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวสูญเสียโอกาสในการสร้างรายได้ และส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยหยุดชะงัก โดยในปี 2563 สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ของประเทศด้านการท่องเที่ยวหดตัวลดลงจากปี 2560 ถึงร้อยละ 63.92 ดังนั้น ในการบรรลุเป้าหมายสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยในช่วงปี 2561 – 2565 คิดเป็นร้อยละ 22 ทำให้ประเทศไทยต้องมีสัดส่วน GDP ด้านการท่องเที่ยวอย่างน้อยอยู่ที่สัดส่วนร้อยละ 22.92 ต่อ GDP รวมของประเทศจึงจะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ นับเป็นประเด็นท้าทายอย่างยิ่งที่ประเทศไทยต้องรับมือจากความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น โดยเฉพาะ การดำเนินมาตรการผ่อนคลายเป็นมาตรการส่งเสริมเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว และการรองรับการแพร่ระบาดของโรคติดต่อร้ายแรงหรือโรคอุบัติใหม่ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)



รูปภาพที่ 1 สัดส่วน GDP รวมของประเทศด้านการท่องเที่ยว ต่อ GDP รวมของประเทศ  
ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา(2564) (แผนภาพจาก Excel)

การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเน้นความยั่งยืน มีการผสมผสานวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา และความเป็นไทยเพื่อสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวกระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในเมืองรองมากขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งภาครัฐและเอกชนได้มีมาตรการสนับสนุนและกระตุ้นการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในเมืองรองเพื่อการกระจายและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองในปี 2564 มีอัตราเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 24.91 ซึ่งมากกว่าปี 2563 ที่ผ่านมาอย่างสูง ทั้งนี้ หากพิจารณาจากสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองในช่วงปี 2561 เป็นต้นมานั้น พบว่ามีค่าเฉลี่ยสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองอยู่ที่ร้อยละ 16.3 ซึ่งยังต้องดำเนินการกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวในเมืองรองมากยิ่งขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดให้มีอัตราส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองหลักร้อยละ 80 และเมืองรองร้อยละ 20 อีกทั้ง ประเทศไทยยังคงต้องให้ความสำคัญในการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งกำหนดมาตรการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ต่อไป(สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)



รูปภาพที่ 2 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองต่อรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด  
ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา(2565)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และวิกฤตการณ์ ครอบคลุมทั่วประเทศยังสามารถบริหารความเสี่ยงต่างๆ ต่อไปได้ก็จะส่งผลดีต่อประเทศชาติ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวไม่ได้มีแต่ผลกระทบทางบวกเท่านั้น ยังมีผลกระทบทางลบในรูปแบบของความเสี่ยงในด้านต่างๆ ตามมา หากเกิดการชะงักในการวางแผนและการจัดการ อาทิ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ถือเป็นเรื่องสำคัญในการวิเคราะห์และวางกลยุทธ์ในการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับนานาประเทศและในระดับประเทศในการกำหนดทิศทางการพัฒนา อีกทั้งความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดความเสียหายหากการขาดการควบคุมที่ดีคือความเสี่ยงในด้านการดำเนินงาน ซึ่งมีผลกระทบต่อคุณภาพการดำเนินงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภาคส่วนต่างๆ ทั้งนี้ยังรวมถึงผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติที่สามารถเห็นได้จากหลายแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว จึงต้องมีการวางมาตรการในการจัดการศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวในด้านพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งยังส่งผลต่อสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนที่แต่ละชุมชนก็มีเอกลักษณ์เฉพาะด้วย เห็นได้ว่าหลายชุมชนเช่นกันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอยู่ไม่น้อยหลังจากการเข้ามาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปและผลัดเปลี่ยนเรียนรู้ตลอดเวลา ซึ่งเป็นเรื่องที่ชุมชนพึงกระทำในการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่หากชุมชนมีการปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งหมดจะเป็นผลในการถูกกลืนวัฒนธรรมตามมา จึงเป็นเรื่องของการเพิ่มการรับรู้ และตระหนักต่อการมีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อลดผลกระทบในด้านลบนี้ ด้วยการสอดแทรกด้วยระบบการศึกษาโครงสร้างทางเศรษฐกิจสังคม

และระบบเทคโนโลยี เพื่อนำมาเป็นกลไกหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว และหากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นสำคัญ (มนัสนันท์ จันทรเพ็ง และปนายุ ไชยรัตนานนท์, 2558)



รูปภาพที่ 3 สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา(2565)

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองกลายเป็นแนวทางสำคัญในการกระจายรายได้และการพัฒนาท้องถิ่นในประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคอีสานที่มีจังหวัดเกิดขึ้นใหม่และแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย จากการรวบรวมข้อมูลและสถิติ พบว่า จังหวัดเมืองรองที่เกิดขึ้นใหม่ในภาคอีสาน คือ จังหวัดบึงกาฬ ได้เริ่มดึงดูดนักท่องเที่ยวในระดับที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยต่างๆ ที่เอื้ออำนวยให้การท่องเที่ยวในพื้นที่เหล่านี้สามารถเติบโตได้ในอนาคต พบว่า จังหวัดบึงกาฬมีสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกัน เป็นข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดบึงกาฬที่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่น่าสนใจในหลายด้าน โดยรวมแล้วมีการเติบโตที่เป็นบวกในด้านต่างๆ เช่น **ด้านเศรษฐกิจ** รายได้รวมในพื้นที่เพิ่มขึ้นจาก 359,175 เป็น 386,643 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.65 **ด้านการเติบโตของประชากร** จำนวนประชากรในบึงกาฬเพิ่มขึ้นจาก 181,339 เป็น 192,998 ซึ่งแสดงถึงการเติบโตที่ร้อยละ 6.43 และ **ด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ** จะเห็นได้ว่าตัวเลข GDP เพิ่มขึ้นจาก 458.37 เป็น 524.89 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20.17 (ข้อมูลจากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) โดยรวมแล้ว บึงกาฬมีการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญ และถือเป็นเมืองรองที่มีศักยภาพในการเติบโตในอนาคต ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งนี้ การจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬมีบทบาทสำคัญในการสร้างประสิทธิผลที่สอดคล้องกับ

เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดย "ประสิทธิผล" ในที่นี้หมายถึงความสามารถในการบรรลุผลลัพธ์ตามที่กำหนดไว้ โดยอิงตามความหมายที่นักวิชาการได้ให้ไว้ เช่น ศุภกร (2563) เน้นความสำเร็จในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในกรอบเวลาที่กำหนด, Steers et al. (1985) กล่าวถึงระดับความสำเร็จในการดำเนินงานตามเป้าหมาย, และ Dunn (1994) ที่มองว่าเป็นการบรรลุผลลัพธ์

นโยบายที่ตั้งไว้ การจัดการการท่องเที่ยวจึงถูกนิยามว่า เป็นความสามารถในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการส่งเสริมความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นสามมิติหลัก ได้แก่ มิติด้านสังคม มิติด้านเศรษฐกิจ และมิติด้านสิ่งแวดล้อม โดยมิติด้านสังคมเน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อสร้างงานและรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ มิติด้านเศรษฐกิจเกี่ยวข้องกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชนผ่านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และบริการนำเที่ยว ส่วนมิติด้านสิ่งแวดล้อมให้ความสำคัญกับการรักษาสีเขียวและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การบูรณาการทั้งสามมิตินี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้การจัดการการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ แต่ยังช่วยสร้างความยั่งยืนและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนในจังหวัดบึงกาฬอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การศึกษาในเรื่องนี้จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต

แหล่งท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจในประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว (2560) ได้ให้นิยามว่าแหล่งท่องเที่ยวคือสถานที่หรือพื้นที่ที่มีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยมีทั้งด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ที่นำเสนอประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์และน่าจดจำ เช่น สถานที่ทางประวัติศาสตร์ อุทยานแห่งชาติ และเทศกาลต่างๆ ในเชิงเศรษฐกิจ แหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างรายได้จากการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นและระดับชาติ รวมถึงการจัดกิจกรรม การขายสินค้า และบริการที่เกี่ยวข้อง (World Tourism Organization, 2021) นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวยังนำเสนอประสบการณ์ที่หลากหลายให้กับนักท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่การชมวิว แต่ยังรวมถึงการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น (Patterson, 2018)

การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการพัฒนามาตั้งแต่ พ.ศ. 2467 โดยเริ่มจากการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการ โดยเมื่อประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา องค์การท่องเที่ยวโลกได้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวไว้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) การจัดแบ่งรูปแบบเหล่านี้ช่วยให้เห็นความหลากหลายและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และความสำเร็จของจังหวัดบึงกาฬอาจมาจากการมีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นมากมายซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทั้งในการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ที่มีศักยภาพในการเติบโตอย่างมาก

ในปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนเพิ่มขึ้นอย่างมาก พร้อมกับรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นด้วย จึงมีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ เช่น การจัดเส้นทางปฏิบัติธรรมบนภูเขา หรือการส่งเสริมวัดสำคัญๆ ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่คนทั่วไปมีความสนใจและสามารถเข้าถึงได้ นอกจากนี้ในจังหวัดบึงกาฬยังมีเทศกาลสำคัญหลายประการที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวท้องถิ่น เช่น **เทศกาลสงกรานต์** เป็นเทศกาลปีใหม่ไทยที่มีการเล่นน้ำและทำบุญ การจัดกิจกรรมต่างๆ **งานปฏิบัติธรรม** งานที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการปฏิบัติธรรมและการเรียนรู้เกี่ยวกับพุทธศาสนา มักมีการจัดกิจกรรมสมาธิ การฟังธรรม และการร่วมทำบุญ **เทศกาลบั้งไฟ** เทศกาลที่มีการปล่อยบั้งไฟซึ่งเป็นประเพณีที่สำคัญในภาคอีสาน เป็นการขอฝนและเฉลิมฉลองการเก็บเกี่ยว โดยมีกิจกรรมการแสดงและการแข่งขันบั้งไฟ **เทศกาลของดีบึงกาฬ** จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและภูมิปัญญาชาวบ้าน มีการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นและการแสดงวัฒนธรรมต่างๆ **เทศกาลพิฆฆมคล** งานที่จัดขึ้นเพื่อให้ชาวนาได้ทำพิธีบูชาพระแม่โพสพ ซึ่งเป็นเทพเจ้าแห่งการเกษตร เพื่อขอให้ได้ผลผลิตดีในปีนั้น เทศกาลเหล่านี้ไม่เพียงแต่เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน แต่ยังคงดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับจังหวัดบึงกาฬ และเป็นสิ่งที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬได้โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับประเพณี วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นของชาวอีสาน ซึ่งจะช่วยสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ลึกซึ้งและเสริมสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น จากข้อมูลในปีที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า จังหวัดบึงกาฬมีส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเยี่ยมเยียนมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพที่สูงขึ้นของจังหวัดนี้มีบทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ อย่างไรก็ตาม โอกาสในการพัฒนายังมีอยู่ในหลายด้าน เช่น การสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นระบบขนส่ง การพักอาศัยที่มีคุณภาพ และการจัดการด้านความปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นให้เป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งในและต่างประเทศ การบูรณาการการท่องเที่ยวเข้ากับการปฏิบัติธรรมและการเรียนรู้เกี่ยวกับพุทธศาสนา จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับประสบการณ์ที่มีความหมายและเชื่อมโยงกับศรัทธาและวิถีชีวิตแบบพุทธอย่างแท้จริง นอกจากนี้ การใช้สื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มออนไลน์ได้รับความนิยม จะเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่เข้าสู่พื้นที่เหล่านี้ การพัฒนานี้ไม่เพียงแต่ช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น แต่ยังช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจของจังหวัดและภูมิภาคโดยรวม ซึ่งในระยะยาวจะส่งผลดีต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของทั้งจังหวัดเมืองรองในภาคอีสานและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย

ดังนั้น การศึกษานี้มุ่งเน้นบทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ โดยครอบคลุมแผนงานด้านการท่องเที่ยว ปลอดภัย และมาตรฐานการบริการ รวมถึงข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อให้

เกิดการพัฒนากล่องท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยพิจารณาประสิทธิผลของการจัดการการท่องเที่ยว 3 มิติ คือ มิติด้านสังคม ที่ช่วยส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนและวัฒนธรรม มิติด้านเศรษฐกิจ ที่ช่วยเพิ่มรายได้และโอกาสการจ้างงานในท้องถิ่น และมิติด้านสิ่งแวดล้อม ที่ช่วยสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ทั้งนี้การจัดการในทุกมิติคือกุญแจสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ ให้เกิดความยั่งยืนและเป็นแบบอย่างสำหรับพื้นที่อื่นๆ

## 1.2 คำถามวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬอย่างไร

- ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬอย่างไร

- ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวอย่างไร

- ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างไร

- ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์

1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยของแผนด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของการท่องเที่ยวและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

2) เพื่อให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อแผนงาน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ มีสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H1 : ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

H2 : ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

H3 : ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างไร

H4 : ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬอย่างไร

### 1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ประโยชน์ทางด้านวิชาการ เป็นการเพิ่มพูนองค์ความรู้ทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวจากแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวและมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

1.3.2 ประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อนำผลการศึกษาเผยแพร่ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อันอาจเป็นประโยชน์ในการยกระดับ ปรับปรุงพัฒนาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดบึงกาฬให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### 1.6 ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตดังนี้

#### 1.6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาบทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยดังนี้

#### ตัวแปรต้น

ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยตัวแปรแฝง (Latent Variables) ได้แก่ ปัจจัยด้านแผนงานการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านแผนงานการท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) 4 มิติ คือ

- การจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว
- ด้านปัจจัยสนับสนุนและความร่วมมือ
- ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์
- ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง

ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) 5 มิติ คือ

- มาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน)
- มาตรการจากการถูกเอารถเอาเปรียบ
- มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

- มาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข
- มาตรการการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) 4 มิติ คือ

- สถานที่และสิ่งแวดลอม
- การให้บริการ
- การบริหารจัดการ
- จริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน

#### ตัวแปรตาม

ประสิทธิผลของการจัดการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 มิติ ดังนี้

- มิติด้านสังคม
- มิติด้านเศรษฐกิจ
- มิติด้านสิ่งแวดล้อม

#### 1.6.2 ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประกอบไปด้วย แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวและประชาชนในจังหวัดบึงกาฬ ศึกษาบริบทพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ

1.6.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ จังหวัดบึงกาฬ โดยแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) ที่ใช้เป็นบริบทในการศึกษาได้แก่ น้ำตกถ้ำพระ ภูทอก การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (culturally based tourism) ที่ใช้เป็นบริบทในการศึกษาได้แก่ วัดสว่างอารมณ์ ตลาด 2 ฝั่งโขง และการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ที่ใช้เป็นบริบทในการศึกษาได้แก่ วัดเซกาเจติยาราม วัดอาฮง

#### 1.6.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย 1ปีการศึกษา 2567 (กรกฎาคม 2567 ถึง ตุลาคม 2568)

### 1.7 พื้นที่ศึกษา

#### 1.7.1 จังหวัดบึงกาฬ

### 1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

บทบาทของแผน หมายถึง การกำหนดแนวทางและกลยุทธ์ที่ชัดเจนในการจัดการการท่องเที่ยว โดยรวมถึงการวางแผนด้านโครงสร้างพื้นฐาน การประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาชุมชน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

**แผนงานด้านการท่องเที่ยว** หมายถึง โครงการหรือการวางแผนในระดับองค์กรหรือรัฐที่มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆ โดยครอบคลุมถึงการวางโครงสร้างพื้นฐาน การประชาสัมพันธ์ และการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

**ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว** หมายถึง การจัดการและการควบคุมด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมและทำกิจกรรมในพื้นที่ได้อย่างปลอดภัย ปราศจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากธรรมชาติหรือปัจจัยอื่นๆ

**มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว** หมายถึง มาตรฐานที่กำหนดขึ้นเพื่อควบคุมและรับประกันคุณภาพของการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การให้บริการที่พัก ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการนำเที่ยว เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่นักท่องเที่ยว

**ประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยว** หมายถึง ความสามารถในการบรรลุเป้าหมายและผลลัพธ์ที่ตั้งไว้ในด้านการจัดการการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการส่งเสริมความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

**ประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ** หมายถึง ผลลัพธ์หรือความสำเร็จในการดำเนินงานด้านการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬ โดยวัดจากความสามารถในการบริหารทรัพยากร แก้ไขปัญหา พัฒนาคุณภาพบริการ ดึงดูดนักท่องเที่ยว และสร้างความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

**ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย** หมายถึง ข้อเสนอแนะหรือแนวทางที่ได้จากการศึกษา เพื่อนำไปปรับปรุงหรือใช้ในการวางแผนและดำเนินนโยบายการพัฒนาในระดับรัฐหรือองค์กรท้องถิ่น โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ

**จังหวัดบึงกาฬ** เป็นจังหวัดในภาคอีสานของประเทศไทยที่มีทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



## บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยกระดับแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านแผนงาน การท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว และ 2) เพื่อให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดที่ถูกตั้งใหม่ในภาคอีสาน ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว

#### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว

#### 2.1.2 แนวคิดด้านความร่วมมือ

#### 2.1.3 แนวคิดด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์

#### 2.1.4 แนวคิดการบริหารจัดการความเสี่ยง

### 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการด้านการท่องเที่ยว

### 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว

### 2.5 ประสิทธิภาพของการจัดการการท่องเที่ยว

### 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

#### 2.6.1 การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ

#### 2.6.2 การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม

#### 2.6.3 การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ

### 2.7 แหล่งท่องเที่ยวในบริบทจังหวัดบึงกาฬ

### 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.9 กรอบแนวคิดงานวิจัย

### 2.10 ตารางสังเคราะห์องค์ประกอบของประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว

พหุบัณฑิตวิทยาลัย

## 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว

### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว

#### ความหมายของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

โซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) โซ่อุปทาน (Supply chain) เป็นที่รู้จักและถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในภาคอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ แต่สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น แนวคิดเรื่องโซ่อุปทานการท่องเที่ยวยังถือเป็นองค์ความรู้ใหม่ (Hongxia Xianhao and Wen, 2011) นอกจากนี้ยังมีความหมายคล้ายคลึงกับห่วงโซ่คุณค่าท่องเที่ยว (Tourism Value Chain) ซึ่งประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 4 ส่วน คือ (1.) ผู้ส่งมอบวัตถุดิบและบริการ (Tourism Supplier) (2.) บริษัท นำเที่ยว (Tour Operator), (3.) บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent) และ (4) นักท่องเที่ยว (Tourist) ที่เป็นผู้มีบทบาทหลักคอยทำหน้าที่เชื่อมโยงประสานกันภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจึงเป็น

สร้างสรรค์กิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จนกระทั่งมีการ ส่งมอบบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยว (Zhang et al., 2009) โดยมีเป้าหมายหลัก คือ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจโดยรวมสูงสุดจากการเดินทางท่องเที่ยวในหนึ่งเส้นทาง และผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียสามารถทำงาน สอดประสานกัน (Collaboration) ได้อย่างลงตัว เพื่อตอบสนองต่อ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (คมสัน สุริยะ และไพรัช พิบูลย์ รุ่งโรจน์, ม.ป.ป) ดังนั้น โซ่อุปทาน การท่องเที่ยวจึงเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมถึงหลายฝ่ายไม่ได้เป็น แค่เพียงสิ่งที่นักท่องเที่ยวสัมผัสกับผู้ให้ บริการเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กัน ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน (ชนินทร์ อยู่เพชร, 2554)

โซ่อุปทานการท่องเที่ยว เป็นการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยว เข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวโดยผ่าน ขั้นตอนการให้บริการจากผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว นั้น โดยการทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตเป็นต้นน้ำของ ห่วงโซ่อุปทาน ขั้นตอนการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว เปรียบเสมือนการเคลื่อน ย้ายสินค้าเพื่อส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า นั่นคือขั้นตอนกลางน้ำของห่วงโซ่อุปทาน ในส่วนของห่วง โซ่อุปทานปลายน้ำนั้น คือนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยความสำคัญของโซ่อุปทาน การท่องเที่ยว นั้น คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวโดยรวมในระดับสูงสุดจากการ เดินทางท่องเที่ยว และรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ทำงานประสานสอดคล้องกันได้อย่างลงตัว เพื่อตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (คมสัน สุริยะ, 2551, ไพรัช พิบูลย์ รุ่งโรจน์ 2555)

จากความซับซ้อนของการท่องเที่ยวนี้เองทำให้กรอบแนวคิดของห่วงโซ่อุปทาน การท่องเที่ยวมีความซับซ้อนไปด้วยเช่นกัน (Zhang et al., 2009) อย่างไรก็ตามนิยามของห่วงโซ่อุปทาน นั้นได้รับอิทธิพลจากสามงานหลัก ๆ ได้แก่ Tapper and Font (2004), Zhang et al. (2009) และ Piboonrunroj and Disney (2009) โดย Tapper and Font (2004) ได้เสนอกรอบแนวคิดความ เชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วย 16 องค์ประกอบดังนี้

1. การเดินทางเข้าออกแหล่งท่องเที่ยว
2. การขนส่งทางบก
3. การดำเนินงานทางบก
4. แหล่งท่องเที่ยว
5. กิจกรรมทางวัฒนธรรมสังคมและกีฬา
6. เฟอร์นิเจอร์เครื่องแกะสลัก
7. สาธารณูปโภคบริการและทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว
8. พลังงานและแหล่งน้ำ
9. การจัดการขยะ
10. การผลิตอาหาร
11. การชักรีด
12. การปรุงอาหารและเครื่องดื่ม
13. ที่พักอาศัย
14. การนำเที่ยว
15. การตลาดและการขาย
16. ลูกค้า

จากองค์ประกอบทั้ง 16 องค์ประกอบ นั้น Zhang et al. (2009) จึงมีการพัฒนาโครงสร้างโซ่อุปทานการท่องเที่ยวให้เป็นภาพชัดเจน และเข้าใจง่าย โดยเจาะเฉพาะโซ่อุปทานภายในแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น มีการเชื่อมโยงระหว่างซัพพลายเออร์ชั้นที่สอง (ผู้ผลิตต่าง ๆ เช่น อาหาร/เครื่องดื่ม งานฝีมือ เป็นต้น) ซัพพลายเออร์ชั้นแรก (ผู้ให้บริการด้านต่างๆ เช่น ที่พัก การขนส่ง นำเที่ยว เป็นต้น) ถัดมา คือ บริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยว

Piboonrungraj and Disney (2009) มีความเห็นว่า เครือข่ายการท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดอยู่เพียง แต่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น จึงได้พัฒนาภาพรวมของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยมีนักท่องเที่ยว เป็นจุดเริ่มต้น มีขั้นตอนการเดินทาง คือ (1) ก่อนเดินทาง (2) ช่วงระหว่างการเดินทาง และ (3) หลังการเดินทาง จึงได้ว่าเป็นภาพรวมของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น (กรวรรณ สังขกร และ คณะ, 2558, หน้า 8-10)

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องเข้าใจระบบของโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเสียก่อน เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างยั่งยืน โดยผ่านการประสานงาน เชื่อมโยงของหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ในโซ่อุปทาน โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ ย่อมจะส่งผลถึงการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจได้ เป็นอย่างดี (ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์, 2555)

โซ่อุปทานการท่องเที่ยว ประกอบด้วยสองส่วนใหญ่ ๆ คือ (1) โลจิสติกส์ของนักท่องเที่ยว (Logistics of Tourists) คือ ส่วนที่ให้บริการแก่ลูกค้าด้านต่าง ๆ เช่น ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร และการ

เดินทาง (2) โลจิสติกส์ของการให้บริการการท่องเที่ยว (Logistics of Tourism services) คือ การเดินทาง การพักระหว่างทาง การให้ข้อมูลการเดินทาง ฯลฯ

ยิ่งสรรพ ขาวสะอาด (2556, หน้า 11 - 14) มีความเห็นว่า โซ่อุปทานเกิดจากกิจกรรมที่เชื่อมต่อ ระหว่างต้นทางถึงปลายทางโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นโซ่ที่ค่อนข้างซับซ้อนมีองค์ประกอบหลัก 4 องค์ประกอบ

### สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

1. สิ่งดึงดูดใจนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาสู่จุดหมายปลายทางนั้นและองค์ประกอบที่เป็นแกนกลางของระบบการท่องเที่ยวซึ่งสามารถที่จะบอกถึงความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ คือ เป็นสิ่งดึงดูดใจที่มีเฉพาะในพื้นที่นั้น ๆ เช่น นักท่องเที่ยวอยากมาสถานดู ตลาดน้ำที่เมืองไทยวิหารพาราเธอนอน ของกรีก พีรามิดในอียิปต์ ภูเขากระบะบานที่ญี่ปุ่น ฯลฯ สิ่งดึงดูดใจ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ

1.1) สิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติเบื้องต้น เช่น ภูมิประเทศที่งดงามและโดดเด่น ลักษณะอากาศ หาดทราย น้ำตก เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจตามธรรมชาติที่สวยงามมักจะสามารดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ใช้เวลาในการพักหลายวันและใช้เวลามากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และเป็น Holiday tourism เป็นการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน ซึ่งจะมีจำนวนวันพักที่ยาวกว่าการท่องเที่ยวแบบทัศนศึกษาหรือแบบการไปดูชมสถานที่สำคัญ (Sight-seeing tourism)

1.2) สิ่งดึงดูดใจโดยเกิดจากฝีมือมนุษย์สร้างขึ้น อาจจะไม่ได้สร้างขึ้นมาจากวัตถุประสงค์ สำหรับการท่องเที่ยว เช่น กำแพงเมืองจีน แต่สิ่งเหล่านี้มีความสามารถที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมในภายหลังแบ่งเป็นกลุ่มย่อย (1) สิ่งดึงดูดใจที่เป็นสิ่งก่อสร้างที่เป็นสถานที่สำคัญทาง ประวัติศาสตร์ เช่น วัด อนุสาวรีย์ พระราชวัง เป็นต้น (2) สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑน์ โรงละคร / โรงภาพยนตร์ โรงยิม เทศกาล ประเพณีและพิธีกรรมต่างๆ เป็นต้น (3) สิ่งดึงดูดใจทางสังคม เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ (4) สิ่งดึงดูดใจที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์สำหรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ เช่น สวนสนุก เทศกาล กิจกรรมสำคัญ สปา เป็นต้น

1.3) อัยาศัยของคนท้องถิ่น ส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเป็นความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่นซึ่งในเรื่องนี้ประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงในด้านอัยาศัยของคนท้องถิ่นจะเห็นในผลงานวิจัยซึ่งเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical data) ซึ่งนักท่องเที่ยวให้คะแนนอัยาศัยของคนไทยสูงสุดเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2. การบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่เอกชนเป็นผู้ให้บริการ การบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่แล้วเอกชนเป็นผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

2.1) ที่พักอาศัย (เป็นองค์ประกอบหลักของสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว) ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท เกสเฮาส์ หรือแม่แต่วัด ซึ่งเป็นที่พักของนักท่องเที่ยวที่ต้องท่องเที่ยวราคาประหยัด

2.2) อาหารและเครื่องดื่ม (ร้านอาหาร คาเฟ่ บาร์ และอื่นๆ) ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ (ร้านค้า บริการสุขภาพ ร้านขายยา ธนาคาร ร้านตัดผม โรงละคร คาสิโน โรงหนัง อุโมงรถ และ

อื่นๆ) ที่พักอาศัย และอาหารและเครื่องดื่ม รวมกันมีมูลค่ามากกว่าร้อยละ 40 ของ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงจัดเป็นส่วนแบ่งที่สำคัญ

3. บริการสาธารณูปโภคโครงสร้างพื้นฐานของรัฐ โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.1) โครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ถนน ระบบทางรถไฟ การบริการการขนส่งสำหรับทัวร์ ท่องเที่ยวสนามบิน สถานีปลายทางรถล่องเรือ ท่าเรือ เครือข่ายการขนส่งท้องถิ่น แท็กซี่ และที่จอด

3.2) บริการสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โรงพยาบาล ห้องน้ำ กระบวนการกำจัดขยะ การบำบัดน้ำเสีย และอื่นๆ

4. ตัวกลางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

4.1) บริษัททัวร์ บริษัทนำเที่ยว บริษัทที่ขายตัว

4.2) เว็บไซต์ (Online portals) ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการสั่งซื้อได้

4.3) ผู้จัดการจำหน่ายพิเศษ ได้แก่ บริษัทจัดประชุม หรือจัด Incentives ชมรม นักศึกษา

ในปี ค.ศ. 2002 INPECO (Institutes de Ecologia) ได้เสนอ The Tourism Sustainability Supply Chain Model (European Parliament Luxembourg, 2002) ที่แสดงถึงผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และส่วนประกอบในโซ่อุปทานของการเสนอและบริการต่อนักท่องเที่ยว โดยแบบจำลอง Supply chain ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีศักยภาพ ในแต่ละระดับ โดยสะท้อนผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละแห่งมีความแตกต่างทาง ภูมิศาสตร์ (สถานที่) ตั้งแต่ระดับ Global จนถึงระดับ Household (เลกิงส์คี้ ชัยชาญ, 2555, หน้า 11) ดังภาพประกอบที่ 6

ดังนั้น การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวถือว่ามีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ การบริหารจัดการขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการท่องเที่ยวเกิดความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพสูงสุด

ทั้งในแง่ของต้นทุน เวลา และ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังครอบคลุมถึงผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน อีกด้วย รายละเอียดของกราฟแนวคิดแยกตามประเด็นต่างๆมีดังต่อไปนี้

1. Customer Focus ระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเป็นระบบที่เน้นผู้รับบริการ เป็น สำคัญทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทั้งหลายจึงจะต้องถูกขับเคลื่อนมา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ของนักท่องเที่ยว

2. Planning ระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวต้องมีการวางแผนที่ดีเยี่ยมในทุกด้าน ซึ่งครอบคลุมทั้งบริการของภาครัฐและเอกชนที่ต้องอยู่ภายใต้แผนการเดียวกัน เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปในทิศทางเดียวกันในการวางแผนจึงมีองค์ประกอบดังนี้

2.1 การสร้างวิสัยทัศน์และพันธกิจ (Vision and Mission)

## 2.2 การวางแผนและการจัดสรรทรัพยากรของรัฐ

3. Source ในการสร้างบริการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว ที่มีคุณภาพด้วยซึ่งการแสวงหาทรัพยากรดังกล่าวประกอบด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

### 3.1 การจัดหา

### 3.2 การจัดการบุคลากร

3.3 การป้องกันการทำลายและส่งเสริมการลงทุนสังคมและวัฒนธรรม เพราะการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่อาศัยทุนสังคมและทุนวัฒนธรรมได้

4. Make การสร้างบริการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพถือเป็นแกนกลางหลักของ บริการท่องเที่ยวซึ่งบริการท่องเที่ยวที่จำเป็นประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

### 4.1 การส่งเสริมส่วนผสมสินค้า (Diversity and combination)

4.2 การจัดการ Cluster การท่องเที่ยวตั้งแต่การคมนาคมขนส่งอาหารที่พัก ฯลฯ ทั้งในด้าน การส่งเสริมและกำกับ

5. Deliver เมื่อนักท่องเที่ยวมีการส่งมอบเกิดขึ้นก็จะมีการวัดประสิทธิภาพของการส่งมอบ เกิดขึ้น มีดังนี้

### 5.1 จำนวนรับมอบและการเติบโต (Growth)

### 5.2 เวลาที่ส่งมอบ

6. Support Process ในการสร้างบริการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ของภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และควมมีประสิทธิภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

ภาครัฐ ภาคเอกชนธุรกิจเอกชนที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรงแต่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยอาทิ

### 6.1 ธนาคารและการเงิน (การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ)

### 6.2 โรงพยาบาลสถาบัน

7. Performance Review เมื่อบริการท่องเที่ยวเกิดขึ้นและได้ส่งมอบไปยังนักท่องเที่ยวแล้วมี ความจำเป็นที่ต้องทำการตรวจสอบผลการดำเนินการและประสิทธิภาพของระบบซึ่งตัวชี้วัดสำคัญ อาทิ

### 7.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Satisfaction Review)

### 7.2 อัตราการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit)

### 7.3 การเปรียบเทียบผลการดำเนินการกับเกณฑ์มาตรฐาน (Benchmarking)

8. ICT ตลอดทั้งระบบของการให้บริการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวระบบโทรคมนาคมมีความสำคัญและจำเป็นอย่างมากเริ่มต้นการจัดหาทรัพยากรด้านท่องเที่ยว (Suppliers)

ผู้ให้บริการไปจนถึงผู้รับบริการท่องเที่ยวประเด็นการศึกษาของ ICT จึงมีสองด้านคือประสิทธิภาพ และความเพียงพอของการบริการดังต่อไปนี้

#### 8.1 ICT: คุณภาพ

- 1) เวลาที่ส่งมอบ (Lead time)
- 2) ต้นทุน (Cost)
- 3) มีคุณภาพเชื่อถือได้ (Reliability)
- 4) มีความสม่ำเสมอในการส่งมอบ (Consistency)

#### 8.2 ICT: ความเพียงพอ

- 1) ปริมาณ ICT ต่อจำนวนนักท่องเที่ยว
- 2) การเข้าถึงบริการ ICT
- 3) อัตราการชำรุดเสียหายของ ICT

9. Integrated Resource Management การบริหารงานระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว จำเป็นต้องบริหารอย่างเป็นการบูรณาการ เพื่อให้ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนมีทิศทาง การดำเนินงานไปในทางเดียวกันตลอดจนมีความสอดคล้องกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดของระบบ ดังนั้นจึงเป็นที่แน่ใจว่าในปัจจุบันการบริหารงานด้านโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวเป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำหรือร่วมกันคิดร่วมกันทำ

10. Benchmarking ผลการศึกษาระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของพื้นที่หนึ่งควรได้รับการเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัดท่องเที่ยวหลักซึ่งผลการเปรียบเทียบดังกล่าวจะนำไปสู่การเรียนรู้ระหว่างกันและกันข้ามพรมแดน (Learning across borders) อันนำไปสู่การค้นพบ Best practice และการเปลี่ยนแปลง Innovations ระหว่างกันซึ่งในการศึกษา ในปีที่ผ่านมา (โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง ปีที่ 2) ได้ทำการเปรียบเทียบระดับประเทศแล้ว

#### 2.1.2 แนวคิดด้านความร่วมมือ

เมื่อก้าวถึงการความร่วมมือ คนทั่วไปมักจะเข้าใจว่าหมายถึง แนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป หรือระหว่างองค์การตั้งแต่ 2 องค์การขึ้นไปความร่วมมือตรงกับภาษาอังกฤษว่า Collaboration ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา การสร้างความร่วมมือได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการภาคสาธารณสุข เนื่องจากโลกาภิวัตน์ การสื่อสารไร้พรมแดน และที่สำคัญคือการขาดประสิทธิภาพในการให้บริการสาธารณสุขของส่วนราชการที่มีโครงสร้างองค์การแบบระบบราชการ ที่มีสายการบังคับบัญชาจากบนลงล่างและมีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ล่าช้าขาดความยืดหยุ่น ประกอบกับสภาพปัญหาไม่ว่าจะเป็น ปัญหาความยากจน ปัญหาคอร์รัปชัน ปัญหาสิ่งแวดล้อม ได้ทวีความรุนแรงและซับซ้อนเกินกว่าที่ศักยภาพของคนเพียงคนเดียว หรือองค์การเพียงองค์การเดียวจะต่อสู้หรือแก้ไขได้เพียงลำพัง จึงได้มีการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความร่วมมือขึ้นมา

โดยคาดหวังให้มีการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางและเครื่องมือในการจัดบริการสาธารณะให้กับประชาชน

แนวคิดเรื่องความร่วมมือที่มีมาจากแนวคิดทางการเมือง 2 แนวทางด้วยกัน คือ 1. Classic Liberalism และ 2. Civic Republicanism แนวคิดแรกเน้นผลประโยชน์ส่วนบุคคล มองความร่วมมือเป็นกระบวนการรวบรวมความชอบของเอกชนหรือบุคคลเพื่อให้มีอำนาจในการ ต่อรองเพื่อผลประโยชน์ของตนเอง สำหรับแนวคิดที่สอง เป็นแนวคิดตรงข้ามกับแนวคิดแรก เน้น พันธสัญญาที่กว้างกว่าผลประโยชน์ส่วนบุคคล มองความร่วมมือเป็นกระบวนการรวบรวม ผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน โดยมีพื้นฐานบนความเข้าใจซึ่งกันและกัน ความไว้วางใจ และความเห็น ใจซึ่งกันและกัน

จากแนวคิดเรื่อง One Best Way ของ Frederick W. Taylor นำไปสู่การบริหารแบบ ระบบราชการในการแก้ไขปัญหาทางประจำเพื่อจัดบริการสาธารณะให้กับประชาชน เช่น หาก ประชาชนมี ปัญหาเรื่องอาชญากรรม รัฐบาลก็จะจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ป้องกันและ แก้ไขปัญหานอกจาก Frederick W. Taylor แล้ว นักวิชาการอีกท่านที่ให้ความสำคัญกับเรื่องระบบ ราชการคือ Max Weber ศึกษาองค์การแบบระบบราชการ ที่มีลำดับชั้นการบังคับบัญชา การ มอบหมายงาน โครงสร้างที่เป็นทางการ การสื่อสารจากบนลงล่าง องค์การในลักษณะนี้รัฐที่มีการ ปกครองแบบผูกขาด จะใช้เพื่อการจัดบริการสาธารณะโดยเชื่อว่าการจัดองค์การในลักษณะดังกล่าว มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามรัฐที่มีการปกครองแบบผูกขาดมีลักษณะที่ตรงข้ามกับรัฐที่มีระบบ การปกครองแบบ ประชาธิปไตยแบบมีตัวแทน ดังเช่น สหรัฐอเมริกา ค่านิยมเรื่องประชาธิปไตย เช่น ความเสมอภาค การมีส่วนร่วม เป็นค่านิยมที่ตรงข้ามกับค่านิยมแบบระบบราชการ เช่น ความ เป็นทางการ ลำดับชั้น การบังคับบัญชา การจำแนกงานตามความชำนาญเฉพาะด้าน ด้วยการปะทะ กันระหว่างค่านิยม ทั้งสองแนวทางนี้ รัฐประศาสนศาสตร์จึงแสวงหาการจัดการที่เป็นทางเลือก หรือที่เรียกว่าเครือข่าย หรือความร่วมมือระหว่างภาคส่วน (Networked or Intersectoral Collaboration) ซึ่งเป็นการ แสวงหาความร่วมมือระหว่างประชาชน ส่วนราชการเพื่อพัฒนา ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ใน ที่สุดจึงนำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีเครือข่ายหรือทฤษฎีระหว่าง องค์การหรือระหว่างภาคส่วน (Network Theory/Interorganizational or Intersectoral Theory) อัน หมายถึง การรวมตัว

ขององค์การที่มีการประสานงานด้วยสัญญา มากกว่าลำดับชั้นอย่างเป็นทางการ ในทศวรรษ 1960 และ 1970 บริการสาธารณะที่รัฐบาลสหพันธรัฐเป็นผู้ดำเนินการเริ่มถ่ายไปยังรัฐ บายท้องถิ่น และชุมชน เพื่อพัฒนาบริการสาธารณะและลดต้นทุน องค์การที่มีการรวมตัวเป็น เครือข่ายจะมีการ กระจายอำนาจและลดการควบคุมจากส่วนกลาง โครงสร้างแบบเครือข่ายมีลักษณะที่แตกต่างไปจาก ระบบราชการ เนื่องจากเครือข่ายเป็นการรวมตัวของภาคส่วนต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาสังคม

#### ความหมายของความร่วมมือ

ดิคชันนารีออนไลน์ Merriam-Webster (ออนไลน์, 2554) นิยามคำว่า Collaboration ว่า หมายถึง "to work jointly with others or together especially in an intellectual endeavor" or "to cooperate with an agency or instrumentality with which one is not

immediately connected." หรือ หมายความว่า การทำงานร่วมกับผู้อื่นโดยเฉพาะการร่วมกันคิด” หรือ “ความร่วมมือกับองค์กร หรือการใช้เป็นเครื่องมือในการเชื่อมต่อกัน” คำว่า Collaboration มาจากภาษาละติน Collaborates แปลว่า การทำงานร่วมกัน (to labor together) นักวิชาการที่ให้ความหมายคำว่า “ความร่วมมือ” ไว้ ได้แก่

Chester Barnard ถือเป็นนักบริหารรัฐกิจคนแรกๆ ที่พูดถึงประเด็นเรื่องความร่วมมือ ในฐานะของนักปฏิบัติที่มีประสบการณ์และผ่านงานการบริหารในภาคเอกชนและรัฐบาลมา มากมาย โดย Chester Barnard เขียนหนังสือชื่อ "The Function of The Executive" Chester Barnard (อ้างถึงใน Philip Selznick, 1948; 25) นิยาม “องค์กร” ว่าหมายถึง ระบบของกิจกรรมที่มีการทำงานที่ประสานกันหรือเป็นการทำงานของคนมากกว่าสองคนขึ้นไป ความคิดของ Chester Barnard สรุปได้ดังนี้ (อ้างถึงในพิทยา บวรวัฒนา, 2528: 95-103)

1. องค์กรเกิดขึ้นมาจากความจำเป็นของคนที่จะร่วมมือกันทำงานบางอย่างให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งงานดังกล่าวนั้น คนๆ เดียวเองทำไม่ได้เพราะมีข้อจำกัดต่างๆ ทางกายภาพ ชีววิทยา

2. การนำเอาคนตั้งแต่สองคนขึ้นไปมารวมมือกันทำงานไม่ใช่เรื่องง่าย จำเป็นต้องมี การจัด “ระบบความร่วมมือกัน” (Cooperative System) ขึ้นมา

3. องค์กรจะดำรงอยู่ได้ต่อเมื่อคนที่มาร่วมกันทำงานได้สำเร็จ คือ บรรลุเป้าหมายของ องค์กร และสามารถสนองความต้องการของปัจเจกบุคคลด้วย โดยจัดระบบการกระจาย ผลประโยชน์ตอบแทนต่อสมาชิกที่เหมาะสม สมาชิกทุกคนจะมีความกระตือรือร้นตั้งใจทำงาน มีความสามารถในการติดต่อซึ่งกันและกันเป็นอย่างดีและสมาชิกทุกคนต่างยึดมั่นในเป้าหมายหรือ อุดมการณ์ร่วมขององค์กร

4. ความอยู่รอดขององค์กรขึ้นอยู่กับความสามารถของฝ่ายบริหารในฐานะผู้นำ องค์กร ที่จะสร้างระบบความร่วมมือที่ดี เช่น จัดเรื่องการติดต่อ การรักษากำลังใจในการทำงานของ ปัจเจก บุคคลและการเชิดชูธำรงไว้ซึ่งเป้าหมายขององค์กร

5. ฝ่ายบริหารมีหน้าที่ตัดสินใจด้วยความรับผิดชอบภายในกรอบของศีลธรรมอันดี ระบบความร่วมมือระหว่างปัจเจกบุคคลที่ดี Chester Barnard มีความเห็นว่า ต้องอาศัย หลักเกณฑ์สำคัญ 3 ประการ กล่าวคือ

1. มีการจัดให้ปัจเจกบุคคลและองค์กรมีการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญพิเศษ ของแต่ละคนและองค์กรอย่างเหมาะสม วิธีการแบ่งงานกันทำกระทำโดยแยกแยะเป้าหมายใหญ่ ออกเป็นขั้นตอนย่อยต่างๆ หรือเป็นเป้าหมายย่อยและมอบหมายให้ปัจเจกบุคคลและองค์กร รับผิดชอบทำงานแต่ละขั้นตอนไป

2. ปัจเจกบุคคลต้องเต็มใจที่จะร่วมมือกัน วิธีการจูงใจปัจเจกบุคคลต้องใช้สิ่งจูงใจ ต่างๆ เช่น เงิน วัตถุ ความอบอุ่น การมีส่วนร่วม อำนาจ ศักดิ์ศรี การยอมรับทางสังคม นอกจากนี้ การจูงใจปัจเจกบุคคลต้องใช้หลายวิธีประกอบกัน เช่น บังคับ โฆษณา ให้การศึกษา

3. ฝ่ายบริหารต้องรู้จักใช้อำนาจอย่างเหมาะสม เช่น การส่งคำสั่งอย่างเป็นทางการ เพื่อแจ้งให้สมาชิกทราบว่าควรปฏิบัติอย่างไร คำสั่งดังกล่าวจะได้รับการปฏิบัติตามและเป็นที่ยอมรับของสมาชิกหรือไม่ จึงเป็นเรื่องที่ผู้รับคำสั่งจะตัดสินใจ ผู้รับคำสั่งจะทำตามคำสั่งก็ต่อเมื่อ เข้าใจคำสั่ง เชื่อว่าคำสั่งนั้นไม่ขัดต่อเป้าหมายขององค์กร คำสั่งนั้นสอดคล้องกับผลประโยชน์ของเขา และสามารถที่จะปฏิบัติตามคำสั่งนั้นได้

Barbara Gray (1989: 185) นิยามความร่วมมือว่าหมายถึง กระบวนการที่ภาคส่วนต่างๆ ซึ่งมีมุมมองต่อปัญหาที่ต่างกัน สามารถแสวงหาทางออกร่วมกัน การรวมกันเป็นพันธมิตร โดยการร่วมมือกันเป็นมากกว่าการแลกเปลี่ยนทรัพยากร เนื่องจากเป็นการรวมมุมมอง ทรัพยากร ทักษะ ความร่วมมือก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การคิดร่วมกันเพื่อวิเคราะห์และเพิ่มโอกาสในการแก้ปัญหา ความคิดจะกลายเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้โดยผ่านความร่วมมือ นอกจากนั้นความร่วมมือยัง

ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิธีการทำงาน ความร่วมมือกันจะแข็งแกร่งขึ้นหากหุ้นส่วนมีความ คล้ายคลึงกันโดยเฉพาะความคล้ายคลึงกันในการคิดและประเภทของบริการ

John-Steiner Uten (1998:776) ให้ความหมายของคำว่าความร่วมมือ โดยมีความเห็นว่า ความร่วมมือมิใช่เพียงการวางแผนหรือการตัดสินใจร่วมกันเท่านั้น แต่ความร่วมมือยังหมายถึง การคิดร่วมกันขององค์กรที่มากกว่าหนึ่งองค์กร เป็นการตกลงใช้ทรัพยากรอำนาจและ ศักยภาพ ร่วมกับ

David Straus (2002-18) นิยามคำว่า ความร่วมมือ ว่าหมายถึง กระบวนการที่ ประชาชนทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม องค์กร ชุมชน เพื่อวางแผน สร้างสรรค์ แก้ปัญหา และตัดสินใจ ร่วมกับ

Russ Linden (2002: 9) ได้กำหนดความหมายของคำว่า ความร่วมมือ ว่า ตามรากศัพท์ หมายถึง การร่วมแรง (Co-labor) ร่วมพยายามและร่วมเป็นเจ้าของผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้น โดยความร่วมมือนี้เกิดขึ้นเมื่อบุคคลจากต่างองค์กร (หรือต่างหน่วยภายในองค์กรเดียวกัน) ได้ร่วมกัน ดำเนินการบางสิ่งซึ่งต้องใช้ความพยายาม ทรัพยากรและการตัดสินใจร่วมกับรวมถึงร่วมเป็น เจ้าของ ผลผลิตหรือบริการสุดท้ายที่เกิดขึ้น

Robert Agranoff 1187 Michael McGuire (2003: 4) ให้ความหมายของความร่วมมือไว้ว่าเป็นกระบวนการที่กระตุ้นให้องค์กรต่างๆ เข้ามาปฏิบัติงานร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ แก้ไข ปัญหาที่ศักยภาพขององค์กรหนึ่งองค์กรใดเพียงองค์กรเดียวจะสามารถทำให้สำเร็จลุล่วงไปได้ หรือถ้าสามารถที่จะทำได้ก็อาจจะประสบความสำเร็จได้ยาก นอกจากนี้การสร้างความร่วมมือยังหมายรวมถึงการค้นหาหรือคิดค้นทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหาภายใต้ข้อจำกัดต่างๆ ที่มีอยู่ เช่น องค์กรความรู้ เวลา งบประมาณและการแข่งขัน เป็นต้น

Lank E. (2006: 7-9) ให้ความหมายของ ความร่วมมือ ว่าหมายถึง การที่องค์กร มากกว่าหนึ่งองค์กรดำเนินงานร่วมกันอย่างแท้จริง เพื่อบรรลุผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง โดยต้องเป็นผู้นำร่วมกันและเสริมสร้างฉันทามติให้เกิดขึ้น Ann Marie Thomson และคณะ (2006, 21-22) ให้ความหมายของความร่วมมือว่า หมายถึง ความร่วมมือเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่าง

องค์การทั้งความสัมพันธ์ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการโดยการเจรจา การทำความตกลง การบริหารข้อตกลงร่วมกับ

Peter Smith Ring and Andrew H. Van de Ven (cited in Ann Marie Thomson, 2006: 23) นิยามคำว่าความร่วมมือ โดยทั้งสองมีความเห็นว่า ความร่วมมือหมายถึงกระบวนการที่ตัวแสดงที่มีอิสระมีปฏิสัมพันธ์ผ่านการเจรจาอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ สร้างกฎเกณฑ์ โครงสร้าง ร่วมกับ รับผิดชอบในความสัมพันธ์และการปฏิบัติต่อกัน หรือตัดสินใจต่อประเด็นปัญหา ร่วมกัน กระบวนการดังกล่าวเป็นการแบ่งปันแนวปฏิบัติและผลประโยชน์ร่วมกัน

พัทธยา เนตรธรานนท์ (2540; 10) ให้ความหมาย ความร่วมมือ ไว้ว่าหมายถึง การกระทำกิจกรรมใดๆ ในลักษณะของการมีส่วนร่วม ริเริ่ม ประสานงาน ช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในกิจกรรมนั้นๆ

ธีรภัทร แก้วจันทน์ (2543: 23) มีความเห็นว่า ความร่วมมือ หมายถึง พฤติกรรมของบุคคล ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปโดยมีจุดมุ่งหมายอย่างเดียวกัน ทั้งนี้พฤติกรรมด้านความร่วมมือนั้นมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความต้องการพื้นฐานของของบุคคล ไม่ว่าจะเป็นร่างกายหรือจิตใจ พฤติกรรมความร่วมมือเกิดจากความร่วมมือประสบความสำเร็จร่วมกัน โดยทุกคนไม่จำเป็นต้องดำเนินการให้บรรลุจุดมุ่งหมายเหมือนกัน แต่การที่ต่างคนต่างดำเนินการไปสู่จุดมุ่งหมายจะมีผลให้กระบวนการนั้นได้มีผลงานที่น่าพอใจและสามารถบรรลุเป้าหมายของแต่ละคนได้ในรูปแบบการพึ่งพาอาศัยกัน

#### **กระบวนการความร่วมมือ (Process of Collaboration)**

เมื่อองค์การต่างๆ ต้องแสวงหาความร่วมมือเนื่องจากปัจจัยต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม ทรัพยากร ศักยภาพ เป็นอาทิ เมื่อองค์การได้มาร่วมมือกันแล้ว องค์การต่างๆ ต้องสร้างข้อตกลง บริหารข้อตกลงร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการความร่วมมือมีลักษณะเป็นวงจร ดังที่ Robert Agranoff (2006 : 56) ได้แสดงความเห็นไว้ว่า เครือข่ายในการจัดการภาคสาธารณะ คือ การสร้างความร่วมมือซึ่งกันและกัน (Collaborative Connections) ดังนั้น การสร้างความร่วมมือที่เกิดขึ้นภายใต้เครือข่ายต่างๆ ล้วนมีความเหมือนหรือแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามหากพิจารณาให้ดี อาจกล่าวได้ว่าเครือข่าย (Networks) และ กระบวนการความร่วมมือ จำเป็นต้องดำเนินควบคู่ไปด้วยกัน อีกทั้งยังไม่สามารถแยกขาดออกจากกันอย่างชัดเจน นักวิชาการได้กล่าวถึงกระบวนการความร่วมมือไว้ ดังนี้

Robert Agranoff และ Michael McGuire (2003 : 4) นิยามกระบวนการความร่วมมือไว้ว่า เป็นกระบวนการที่กระตุ้นให้องค์การต่างๆ หันมาปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อแก้ไข ปัญหาที่ไม่สามารถทำให้ประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยศักยภาพของขององค์การเพียงองค์การ เดียว หรือ ถ้าสามารถทำได้ก็อาจจะประสบความสำเร็จได้ยาก นอกจากนี้ กระบวนการความร่วมมือ ยังถือว่าเป็นการเข้ามามีบทบาทของผู้เล่นที่หลากหลาย ในช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกัน ซึ่งภายใต้ บริบทของการสร้างความร่วมมือ ต้องมีการสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน รวมทั้งร่วมกันหาข้อตกลง (Reacting Agreement) มากกว่าเป็นแค่การดำเนินการตัดสินใจ (Decision) เพียงอย่างเดียว ซึ่งความ พยายาม

ในการหาข้อตกลงร่วมกันนั้นควรวางอยู่บนฐานของความพยายามที่จะสร้างความ สมานฉันท์ให้เกิดขึ้น (Consensus-Based) และที่สำคัญที่สุดบทบาทของผู้เล่นแต่ละคนหรือองค์การ แต่ละองค์การอันเป็นไปในลักษณะของการเป็นพันธมิตร (Partners) ไม่ใช่เป็นไปในลักษณะของผู้บังคับบัญชา (Superice) และ ผู้ใต้บังคับบัญชา (Subordinate) (Robert Agranoff, 2006 : 59) หรือ ดังที่ Eran Vigoda ซึ่งให้เห็นบทบาทของประชาชน บทบาทของรัฐ และลักษณะของปฏิสัมพันธ์ของ ประชาชนและรัฐ

Ann Marie Thomson tint Ted Miller (2002) ทำการวิจัยและพบว่ากระบวนการความร่วมมือมีหลายมิติ ได้แก่ 1) มิติด้านการปกครอง ประกอบด้วย การตัดสินใจร่วมกันเกี่ยวกับกฎระเบียบ ซึ่งประกอบด้วย การเจรจาและการทำความเข้าใจร่วมกัน 2) มิติด้านการบริหาร ผู้เกี่ยวข้องในเครือข่ายมีหลากหลายและมีบทบาทแตกต่างกัน เช่น ส่งเสริมสนับสนุน อำนวยความสะดวก สนับสนุนการเงิน โดยแต่ละคนมาร่วมมือกันเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน 3) มิติด้านความ เป็นอิสระ ซึ่งหมายถึงการผสมผสานผลประโยชน์ส่วนบุคคลเข้ากับผลประโยชน์ส่วนรวม 4) มิติด้านการปันข้อมูลที่ เกิดประโยชน์ร่วมกัน เนื่องจากเป็นการพึ่งพาซึ่งกันและกัน 5) มิติการแลกเปลี่ยนและ การสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน หรือการสร้างแนวปฏิบัติร่วมกัน

นอกจากนี้ พฤต เอมมานูเอล ไบระหมาน ได้ประมวลแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการ ความร่วมมือจากนักวิชาการหลายท่าน และได้นำมาเสนอเพิ่มเติมว่า กระบวนการความร่วมมือที่ เกิดขึ้นสามารถพัฒนาและจะก้าวหน้าต่อไปได้นั้นต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขหลายประการด้วยกัน ได้แก่ (พฤต เอมมานูเอล ไบระหมาน, 2552 23-24)

1) ต้องเริ่มต้นด้วยการวางเป้าหมายร่วมกัน (Common Aims) และมีรายละเอียดที่ชัดเจนหรือมีการแลกเปลี่ยนเป้าหมายซึ่งกันและกัน (Goal Sharing) เพื่อส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน

2) ต้องมีการไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Trust)

3) ต้องมีการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารซึ่งกันและกัน ขณะเดียวกันต้องมีการพัฒนาองค์การร่วมกันด้วย ทั้งนี้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่สามารถนำมาใช้ได้ดังที่ได้นำเสนอมานั้น ยกตัวอย่างเช่น การใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การประชุมทางไกล (Teleconference) การจัดการฐานข้อมูลร่วมกัน (Web-Based Geographic Information System) ตลอดจนการมีเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจอื่นๆ (Decision-Support Software)

4) ต้องมีการเปิดกว้างทางความคิด (Openness) เพื่อกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ตลอดจนเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเจรจาพูดคุยเกี่ยวกับประเด็นปัญหา รวมทั้งข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่แต่ละคนต้องประสบ

5) มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระยะยาวร่วมกัน (Long-Term Interaction)

Peter Smith Ring and Andrew H. Van De Ven (Cite in Ann Marie Thomson, Jame L. Perry, 2006: 22-23 : พรภณ พงษ์เพชร, 2553 : 30-32 ) ได้นำเสนอกรอบแนวคิดเกี่ยวกับ กระบวนการความร่วมมือไว้ ดังนี้

1) การเจรจา (Negotiation) การที่องค์กรต่างๆ จะมาร่วมมือกันได้ ต้องมีการ เจรจา หรือมีการต่อรองทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ รวมถึงการสร้างความเข้าใจและการ รับรู้ให้ตรงกันอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นที่จะก่อให้เกิดการยอมรับร่วมกันต่อไป หาก การเจรจาร่วมกันเกิดผลประโยชน์ต่างตอบแทนด้วยกันทุกฝ่าย องค์กรต่างๆที่เข้าร่วมก็จะ ดำเนินการต่อไปพร้อมทั้งนำไปสู่การตกลงยอมรับซึ่งกันและกัน

2) การตกลงยอมรับ (Commitment) เป็นการสร้างการตกลงยอมรับร่วมกับเพื่อ การดำเนินการในอนาคต ผ่านการปฏิสัมพันธ์ต่างๆ ทั้งการจัดทำสัญญาที่เป็นทางการ สัญญาความเชื่อมั่นทางใจ และความสามารถในการจัดการปัญหากรณีที่ต้องการไม่ให้ความร่วมมือในการดำเนินการ

3) การดำเนินการ (Implementation) เป็นการปฏิบัติตามข้อตกลงที่เกิดขึ้นร่วมกัน ผ่าน บทบาทขององค์กรและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งควรเป็นการดำเนินการที่จะก่อให้เกิด ประโยชน์แก่ทุกฝ่ายที่ร่วมมือกัน

4) การประเมิน (Assessment) เป็นการประเมินบนพื้นฐานของกระบวนการทั้ง 3 ขั้นตอนข้างต้นว่าตั้งอยู่บนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ต่อกันหรือไม่ ถ้าหากประเมิน แล้วพบว่าข้อตกลงที่ยอมรับร่วมกันไม่ได้ถูกนำไปปฏิบัติอย่างมีผลประโยชน์ต่างตอบแทนต่อกัน ผู้ มีส่วนร่วมต่างๆ ก็จะเริ่มดำเนินการเจรจาใหม่หรือสร้างข้อตกลงร่วมกันใหม่ ทั้งนี้การเรียกร้องหรือ ออกจากความร่วมมือขึ้นอยู่กับมุมมองในการเชื่อมโยงต่อกันในความร่วมมือว่ามีมากน้อยเพียงใดและการรักษาความร่วมมือให้ยั่งยืนก็อาจจำเป็นต้องอยู่บนพื้นฐานที่นอกเหนือจากโครงสร้างเชิงสถาบันที่เป็น ทางการ ขณะที่ Robert Agranoff (2007 : 26) และ Michael McGuire (2006 : 37) ได้กล่าวถึง กระบวนการความร่วมมือซึ่งสามารถเสริมกับแนวคิดของ Peter Smith Ring และ Andrew H. Van De Ven ทำให้เห็นกระบวนการความร่วมมือที่ชัดเจนขึ้น ดังนี้

1) การกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือ (Activation) ความร่วมมือจะเกิดขึ้น จำเป็นต้องมีการสรรหาบุคคลที่เหมาะสมและทรัพยากรที่จำเป็นต่อการบรรลุเป้าหมายของการ ดำเนินงาน บุคคลที่เหมาะสมในที่นี้หมายถึงบุคคลที่ครอบครองทรัพยากรที่จำเป็นต่อการจัดทำ นโยบาย เช่น งบประมาณ ความรู้ ข้อมูล ความชำนาญ เป็นต้น

2) การวางกรอบความร่วมมือ (Framing) เป็นการสร้างให้เกิดกรอบความร่วมมือ ในการ ดำเนินงานร่วมกัน จุดมุ่งหมายในภาพรวมของการสร้างความร่วมมือ คือ การวางแผน ยุทธศาสตร์ จากผู้ที่เข้าร่วมในเครือข่ายความร่วมมือนี้

3) การระดมความร่วมมือ (Mobilization) เป็นการดำเนินงานให้บรรลุถึงข้อตกลง และเกิดการปฏิบัติร่วมกัน รวมทั้งการได้รับการสนับสนุนทั้งจากคนภายนอกและภายในเครือข่าย ความร่วมมือด้วย

4) การสนธิความร่วมมือ (Synthesizing) เป็นการสร้างสภาพแวดล้อมและเงื่อนไข ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการเอื้ออำนวย เพื่อให้เกิดการสร้างสัมพันธภาพที่สร้างความไว้วางใจและส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารระหว่างกัน

ขณะที่ John M. Bryson และคณะ (2006: 46-48) ได้แบ่งกระบวนการในการดำเนินงานความร่วมมือออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย

1) การบุกเบิกเพื่อก่อให้เกิดข้อตกลงเบื้องต้น (Forging Initial Agreement) เป็น การสร้างความตกลงอย่างไม่เป็นทางการเกี่ยวกับองค์ประกอบของภารกิจ และกระบวนการของ ความร่วมมือ ซึ่งข้อดีของการสร้างข้อตกลงคือทำให้สามารถตรวจสอบได้

2) การสร้างภาวะผู้นำ (Building Leadership) ในกระบวนการความร่วมมือมักจะ ทำให้เกิดบทบาทที่หลากหลายของผู้นำทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยบทบาทหลักๆของ ภาวะผู้นำจะประกอบด้วย 2 ลักษณะคือเป็นผู้อุปถัมภ์ (Sponsors) ซึ่งถือเป็นบุคคลที่มีอำนาจสูงสุด รวมถึงมีอำนาจหน้าที่และสามารถเข้าถึงทรัพยากรได้ แม้ว่าจะไม่ได้สัมผัสการดำเนินงานประจำวัน อย่างใกล้ชิด ส่วนบทบาทอีกลักษณะหนึ่งคือเป็นผู้สนับสนุนทุ่มเท (Champions) กล่าวคือเป็นผู้นำ ที่มุ่งมั่นอย่างจริงจังในการดำเนินงานความร่วมมือ รวมถึงการใช้ทักษะความสามารถเพื่อช่วยให้ ความร่วมมือได้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ การกระจายตำแหน่งผู้นำที่เป็นทางการก็มีความสำคัญ กล่าวคือ หาก หุ้นส่วนที่มีพลังอำนาจสูงได้รับตำแหน่งผู้นำสูงสุด หุ้นส่วนที่มีพลังอำนาจน้อยอาจ เรียกร้อง หลักประกันอื่นๆ เพื่อให้สามารถผลักดันผลประโยชน์ในความร่วมมือได้ และเนื่องจาก ผู้นำในความ ร่วมมืออาจสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันอยู่ตลอดเวลา หุ้นส่วนในความร่วมมือจึง จำเป็นต้องได้รับแรง กระตุ้นส่งเสริม เพื่อให้พร้อมต่อการรับช่วงเป็นผู้นำและเพื่อรักษาความ ร่วมมือให้มีความยั่งยืน

3) การสร้างความถูกต้องชอบธรรม (Building Legitimacy) ถือเป็นเรื่องที่มีความ จำเป็น ต่อเครือข่ายในฐานะรูปแบบหนึ่งที่สามารถดึงดูดการสนับสนุนทรัพยากรทั้งจากภายในและ ภายนอก รวมถึงการสร้าง ความถูกต้องชอบธรรมของเครือข่าย เพื่อให้เครือข่ายเป็นที่ยอมรับทั้ง จากบุคคล ภายในและภายนอก รวมถึงการสร้าง ความไว้วางใจให้เกิดขึ้นระหว่างสมาชิกที่มีการ สื่อสารกัน อย่างอิสระภายในเครือข่าย

4) การสร้างความไว้วางใจ (Building Trust) การสร้างความไว้วางใจถือเป็นสิ่งสำคัญใน ความร่วมมือ ซึ่งสามารถเอื้ออำนวยให้ความร่วมมือสามารถดำเนินการไปได้ และสามารถยืดหยุ่น บุคคล ต่างๆให้ดำเนินการร่วมกันได้ ความไว้วางใจมีทั้งในระดับบุคคล ความสามารถของ องค์การ และ ความคาดหวังในผลการดำเนินการ โดยที่ความไว้วางใจนี้สามารถสร้างขึ้นได้จากการ แลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้และการแสดงความสามารถให้เป็นที่ประจักษ์ รวมถึงการมีเจตนาที่ดีและ ปฏิบัติตาม

ภาระหน้าที่ที่มี ซึ่งความไว้วางใจนี้ก่อให้เกิดความต้องการในความสำเร็จของความร่วมมือ ได้อย่างต่อเนื่อง

5) การบริหารจัดการความขัดแย้ง (Managing Conflict) ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นใน ความร่วมมือมักจะเกิดขึ้นจากความแตกต่างกันในจุดมุ่งหมายและความคาดหวังของหุ้นส่วน นอกจากนี้ ความแตกต่างในมุมมองทางยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ รวมถึงระดับภารกิจของความ ร่วมมือก็อาจส่งผลให้เกิดความขัดแย้งด้วย ดังนั้นการบริหารจัดการความขัดแย้งจึงเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะผู้สร้าง ความร่วมมือจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรลงไปให้ผู้มีส่วนร่วมทั้งหลาย เพื่อสร้างการ ก้าวเดินที่เท่าเทียมกัน

6) การวางแผน (Planning) การวางแผนในความร่วมมือมี 2 แนวคิดซึ่งแตกต่างกัน กล่าวคือ แนวคิดแรกที่เน้นการปรึกษาหารือ การวางแผนอย่างเป็นทางการในฐานะที่เป็นตัวบ่งชี้ถึง ความสำเร็จในอนาคต เน้นการสร้าง ความชัดเจนในพันธกิจ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ซึ่งแนวคิดนี้ มักจะปรากฏในความร่วมมือที่ได้รับหน้าที่ให้ดำเนินการในเรื่องต่างๆ ส่วนอีกแนวคิดหนึ่งคือความ เข้าใจอย่างชัดเจนในพันธกิจ เป้าหมาย บทบาท ขั้นตอนการดำเนินงาน ซึ่งจะปรากฏอยู่ตลอดเวลา ในขณะที่มีการติดต่อสัมพันธ์ทั้งในระดับบุคคล กลุ่มและองค์การ แต่ไม่ว่าจะแนวคิดใดประเด็นที่ สำคัญที่สุดสำหรับความสำเร็จของการวางแผนคือการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนอกจากนี้ กระบวนการวางแผนจำเป็นต้องใช้การสร้าง ความไว้วางใจและกำลังความสามารถเพื่อจัดการกับความ ขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้น

### 2.1.3 แนวคิดด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์

#### ความหมายของกลยุทธ์ทางการตลาด

ความหมายกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy) ได้มีผู้ให้คำจำกัดความคำว่า กลยุทธ์ทางการตลาดไว้หลายลักษณะ ดังนี้

แมคคาร์รี (McCarthy, 1995) มีความเห็นว่า กลยุทธ์การตลาด หมายถึง วิธีการใช้ส่วน ประสม ทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย จากความหมายนี้เป็นการใช้ส่วนประสม 4 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสนอง ความ ต้องการของตลาดเป้าหมาย ตลาดเป้าหมายก็คือกลุ่มของลูกค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันซึ่ง บริษัท เลือกเป้าหมาย ตลาดเป้าหมายอาจเป็นกลุ่มผู้บริโภค ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก หรือหน่วยงาน รัฐบาลก็ได้

คอตเลอร์ และอาร์มสตรองค์ (Kotler and Armstrong, 1996) มีความเห็นว่า กลยุทธ์ ทาง การตลาด (Market Strategy หรือ Marketing Strategic Planning) หมายถึง ขั้นตอนในการ กำหนด จุดมุ่งหมายทาง การตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการออกแบบส่วนประสมทาง การตลาด เพื่อ สนองความพึงพอใจของตลาดและบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร

คอตเลอร์ (Kotler, 1997) มีความเห็นว่า กลยุทธ์การตลาด หมายถึงวิธีการขั้นพื้นฐานซึ่ง หน่วย ธุรกิจใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ประกอบด้วย การตัดสินใจในตลาดเป้าหมาย การ กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด และระดับค่าใช้จ่ายทาง

การตลาด จากความหมายนี้บอกให้ทราบถึงส่วนประสมของกลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน คือ การตัดสินใจในตลาดเป้าหมาย ซึ่งจะตัดสินใจเลือกเป้าหมายได้ถูกต้อง จะต้องวิเคราะห์ขนาด โครงสร้างและพฤติกรรมของตลาดเป้าหมายก่อนแล้วมีการแบ่งส่วนตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และวิเคราะห์กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์แล้วจึงกำหนดส่วนประสมทางการตลาดและค่าใช้จ่าย ทางการตลาดให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมายนั้น

ศุภร เสรีรัตน์ (2543) ได้ให้ความหมายว่า กลยุทธ์ทางการตลาด (Market Strategy) คือ แผนการปฏิบัติงานที่ออกแบบ เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายในระยะยาว กลยุทธ์ทางการตลาดจะเกี่ยวข้องกับเป้าหมายของธุรกิจโดยทั่วไป

สามารถสรุปได้ว่า กลยุทธ์การตลาด หมายถึง การ กำหนดวิธีการใช้เครื่องมือทางการตลาด ในการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด เพื่อสนองตอบ ความต้องการของตลาดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

#### การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (4P-Product, Price, Promotion และ Place)

กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการสร้างความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปนิยมแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ (Product) การกำหนดราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2543)

**กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** คือ สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็น สินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด (Etzel, Walker and Staton, 2001) ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตน ก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึง จะ มีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

**กลยุทธ์ด้านกำหนดราคา (Price)** คือ สิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ในรูปเงินตรา เป็นส่วนที่เกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคา นโยบาย และกลยุทธ์ต่างๆ ในการกำหนดราคาด้วย ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของ ผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ

**กลยุทธ์ด้านสถานที่ (Place)** คือวิธีการนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้า หากเป็นสินค้าที่จะขายไปหลายๆแห่ง วิธีการขายหรือการกระจายสินค้าจะมีความ สำคัญมาก หลักของการเลือกวิธีกระจายสินค้านั้นไม่ใช่ขายให้มากสถานที่ที่สุดจะดีเสมอ เพราะมันขึ้นอยู่กับว่า สินค้าของท่านคืออะไร และกลุ่มเป้าหมายท่านคือใคร เช่นของใช้ในระดับบน ควรจะจำกัดการขายไม่ให้มีมากเกินไป เพราะอาจจะทำให้เสียภาพลักษณ์ได้สิ่งที่เราควรคำนึงอีกอย่างของวิธีการกระจายสินค้าคือต้นทุนการกระจายสินค้า เช่นการขายสินค้าใน 7-eleven อาจจะ กระจายได้ทั่วถึง แต่อาจจะมีต้นทุนที่สูงกว่า หากจะกล่าวถึงธุรกิจที่เป็นการขายหน้าร้าน Place ในที่นี้ก็คือ ทำเล

ซึ่งก็ควรเลือกที่ ให้เหมาะสมกับสินค้าของเราเช่นกัน อย่าง มาบุญครองกับ สยามเซ็นเตอร์ จะมีกลุ่มคนเดินที่ต่างออกไปและลักษณะสินค้าและ ราคาก็ไม่เหมือนกันด้วยทั้งที่ตั้งอยู่ใกล้กัน ท่านควรขายที่ใดก็ต้องพิจารณาตามลักษณะสินค้า

**กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่าง ผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างความเชื่อถือ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเดือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อถือ หรือ พฤติกรรมการซื้อ (Etzel, Walker & Stanton, 1997)

ซึ่งจากความหมายของคำว่า “การส่งเสริมการตลาด” ตามที่กล่าวมานั้นพอที่จะสรุปได้ ว่าสาเหตุที่ต้องทำการส่งเสริมการตลาด เพราะเนื่องจาก ธุรกิจต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และความคิดของผู้บริโภค หรือเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมที่ผู้บริโภคเป็นอยู่มิให้เปลี่ยนแปลง โดย เครื่องมือการจัดส่วนผสมของงานส่งเสริมการตลาดจะประกอบไปด้วยปัจจัยที่สำคัญ 5 อย่าง สำหรับการตลาดคือ (จิตรา เพชรวงศ์ 2536)

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ (Belch and Belch, 2001) กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ 1) กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณา (Creative Strategy) และยุทธวิธีการ โฆษณา (Advertising treaties) เป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด เป็นการ ออกแบบงานโฆษณาให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดผู้บริโภค 2) กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy) การพิจารณาความเหมาะสมตามลักษณะของสื่อ แต่ละประเภท เป้าหมายคือการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด 3) American Marketing Association หรือ AMA ได้ให้ความหมายว่า “เป็นกิจกรรม สื่อสารใดๆก็ตามที่เกี่ยวข้องกับการเสนอ และ(หรือ) ส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า บริการหรือความคิด โดยมีผู้อุปถัมภ์ และผ่านสื่อที่มีใช้ตัวบุคคล โดยค่าใช้จ่ายเกี่ยวข้องด้วย”

การโฆษณาเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ สื่อที่ใช้ในการโฆษณาสื่อมวลชนต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือต่างๆ ลักษณะสำคัญของการโฆษณา (Advertising) ประกอบด้วย 1) เป็นการนำเสนอต่อสาธารณชน (Public Presentation) ด้วยความเป็นสาธารณะ ของการโฆษณาจึงเหมาะที่จะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและข้อเสนอที่เป็นมาตรฐาน 2) การแพร่กระจาย (Pervasiveness) การโฆษณาเปิดโอกาสให้ ผู้ขายสินค้า ส่ง ข่าวสารซ้ำๆ ได้หลายครั้งขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้ผู้รับข่าวสารเปรียบเทียบกับข่าวสารกับโฆษณาของคู่แข่ง โฆษณาที่ยิ่งใหญ่บอกถึงขนาดอำนาจและความสำเร็จของผู้ขายสินค้า 3) ขยายการแสดงออก(Amplified Expressiveness) การโฆษณาเปิดโอกาสให้สร้างเรื่องราวเกี่ยวกับบริษัทและสินค้าโดยการใช้ศิลปะทางด้านการพิมพ์ เสียง และสี และ4) ไม่มีลักษณะที่เป็นส่วนตัว (Impersonality) ผู้รับข่าวสารไม่รู้สึกว่าคุณบีบบังคับ ให้ต้องใส่ใจ หรือตอบสนองการโฆษณาสามารถใช้สร้างภาพพจน์ของสินค้าในระยะยาวได้ หรือ ใช้กระตุ้นยอดขายระยะสั้น

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลเพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือมีปฏิกิริยาต่อความคิด (Belch and Belch, 2001) หรือ เป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขายและ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ 1.) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling Strategy) 2.) การบริหารงานขาย (Sales Force Management) ข้อดีของการขายโดยใช้บุคคล คือ เป็นการเผชิญหน้าระหว่างบุคคล (Personal Confrontation) การใช้พนักงานขาย เป็นการปฏิสัมพันธ์อย่างฉับพลันระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป แต่ละคนสามารถสังเกตปฏิกิริยาของอีกคนหนึ่งได้ทันทีเป็นการหว่านพืชเพื่อหวังผล (Cultivation) การใช้พนักงานขายก่อให้เกิด ความสัมพันธ์กันในหลายระดับ เริ่มตั้งแต่การนำเสนอข้อมูลเพื่อการขาย ไปจนถึงมิตรภาพ ส่วน บุคคลอันลึกลับ ซึ่ง และการตอบสนอง (Response) การใช้พนักงานขาย ทำให้ผู้ซื้อมีความรู้สึกถึงความ รับผิดชอบ ที่จะต้องรับฟังการนำเสนอ การขายเครื่องมือที่จะได้ผลดี เมื่อผู้บริโภคอยู่ในขั้นสุดท้าย ของกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะเพื่อสร้างความชอบ การโน้มน้าวและการตัดสินใจซื้อ

3. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) AMA กล่าวไว้ว่า เป็นกิจกรรมที่กระตุ้นเร่งรัดให้เกิดการซื้อเร็วขึ้น การกระตุ้นเพื่อให้ตัวแทนจำหน่ายขายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจเร็วขึ้น ผลิตภัณฑ์มีความจูงใจมากขึ้นในสายตาของผู้บริโภค ไม่เกี่ยวข้องกับการจ้างพนักงานขาย การโฆษณาหรือการเผยแพร่ใดๆทั้งสิ้น”

การส่งเสริมการขายประกอบด้วย การแสดงสินค้า การวางสินค้าเพื่อเสนอขาย และการจัดนิทรรศการแสดงต่างๆ การให้ส่วนลดสินค้า การแลกซื้อสินค้า แจกตัวอย่างสินค้า แคม สินค้าฟรี ซึ่ง โฆษณ แข่งขัน เป็นต้น ลักษณะสำคัญของการส่งเสริมการขาย คือ

3.1) การสื่อสาร (Communication) เพื่อดึงความสนใจผู้บริโภคเข้าไปสู่ตัว  
สินค้า

3.2) การจูงใจ (Incentive) เพื่อมอบสิทธิพิเศษ สิ่งจูงใจซึ่งมีคุณค่าต่อ  
ผู้บริโภค

3.3) เชิญชวน (Invitation) เป็นการเชิญชวนให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า  
ทันที บริษัทใช้เครื่องมือส่งเสริมการขาย กระตุ้นให้เกิดความแรงและเร็วในการตอบสนองของผู้บริโภค  
ใช้เป็นเครื่องมือในระยะสั้นเพื่อดึงยอดขายที่ขบเซาให้กลับฟื้นขึ้นอย่างรวดเร็ว

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าว (Publicity) รูปแบบการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิด สินค้าหรือบริการ แบบไม่ใช้บุคคล มีลักษณะเป็นการให้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน โดยที่องค์กรนั้นไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

5. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นความพยายามที่ได้จัดเตรียมไว้ของ  
องค์กร เพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็น หรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร จะเห็นได้ว่าการ ให้  
ข่าวเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ เพราะการให้ข่าวเป็นกิจกรรมในอันที่จะส่งเสริม  
ความสัมพันธ์อันดีต่อกลุ่มชน การประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าวมีลักษณะเด่น คือ 1) มีความ

น่าเชื่อถือ (High Credibility) เรื่องราวที่น่าเสนอเป็นข่าว หรือบทความ มีความน่าเชื่อถือมากกว่า  
 ชิ้นงานโฆษณา 2) ความสามารถในการเจาะเข้าถึงกลุ่มลูกค้า (Ability to catch buyers off guard)  
 การประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ที่พยายามหลีกเลี่ยงการพบกับพนักงานขายและ  
 กลุ่มเป้าหมายที่ไม่สนใจโฆษณา 3) สร้างเป็นเรื่องราว (Dramatization) การประชาสัมพันธ์มี  
 ศักยภาพที่จะสร้างเป็น เรื่องราวเกี่ยวกับบริษัทหรือสินค้าได้ ทั้งนี้การตลาดมักไม่ค่อยใช้ประโยชน์  
 จากการ ประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ ทั้งที่ในความเป็นจริง การวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่ตีผนวกกับ  
 ส่วน ประสมทางการส่งเสริมการตลาดอื่นๆอย่างเหมาะสม จะทำให้เกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด

6. การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนอง  
 โดยตรง (Direct Response Advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online  
 Advertising) มีความหมายต่างกัน ดังนี้

6.1 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response  
 Marketing) เป็น การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง  
 หรือหมายถึง วิธีการต่างๆ การตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนอง  
 ในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและการใช้สื่อต่างๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อ  
 โฆษณาและแคตตาล็อก

6.2 การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct Response  
 Advertising) เป็นข่าวสารการโฆษณาซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชม ให้เกิดการตอบสนองกลับ  
 โดยตรงไปยังผู้ส่งข่าวสาร ซึ่งอาจใช้จดหมายทางตรงหรือสื่ออื่นๆ เช่น นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือ  
 ป้ายโฆษณา

6.3 การตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online Advertising)  
 หรือการ ตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing หรือ E-Marketing) เป็นการโฆษณา  
 ผ่านระบบ เครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อสื่อสาร ส่งเสริม และขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ  
 โดย มุ่งหวังผลกำไร และการค้าเครื่องมือที่สำคัญในข้อมูลนี้ ประกอบด้วย

**การขายทางโทรศัพท์** เป็นกลยุทธ์การตลาดทางตรง โดยการที่ผู้ขายขาย สินค้าผ่านทาง  
 โทรศัพท์กับผู้ซื้อ การขายทางโทรศัพท์ปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก หากทำ ได้อย่างมี  
 ประสิทธิภาพจะเป็นการสร้างประทับใจให้กับลูกค้าได้

**การขายโดยใช้จดหมายตรง** เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ โดยผ่านทาง  
 จดหมาย ผู้ขายจะส่งจดหมายไปตามบ้านเพื่อขายสินค้า บางร้านค้าผู้ซื้อต้องสมัคร สมาชิกกับร้านค้า  
 ก่อนจึงจะสามารถซื้อของได้

**การขายโดยใช้แคตตาล็อก** เป็นการสื่อสารทางตรงระหว่างทางผู้ซื้อและผู้ขาย โดยผู้ขาย  
 จะนำสินค้าที่ต้องการนำเสนอขายไว้ในแคตตาล็อก แล้วแจกจ่ายไปตามบ้าน เมื่อผู้ ซื้อสนใจสินค้าชิ้น  
 ใดก็ติดต่อกลับไปทางผู้ขาย การขายโดยใช้แคตตาล็อกนี้สำหรับบางองค์กรอาจ ต้องใช้การสมัคร  
 สมาชิกของร้านค้าต่างๆก่อน

การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรม การตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ เป็นการเสนอขายสินค้าผ่านตัวกลาง คือ สื่อ โดยผู้ขายจะนำ สินค้าไปลงโฆษณา กับโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดอารมณ์สนใจและ กระตุ้นให้เกิดการอยากรู้ อยากลอง การขายสินค้าผ่านสื่อเช่นนี้เป็นการสื่อสารที่รวดเร็ว และ ค่อนข้างได้ผล เป็นที่นิยมอย่างมาก โดยเฉพาะกับสินค้าอุปโภคบริโภค

การตลาดทางตรงมีลักษณะ ดังนี้

1. ไม่มีความเป็นสาธารณะ (Non Public) เนื่องจากข่าวสารถูกส่งโดยตรงไปยังบุคคลที่
2. เป็นการออกแบบเฉพาะตัว (Customized) ข่าวสารจัดเตรียมไว้เฉพาะบุคคลที่จัดส่งไปให้ เท่านั้น
3. ทันสมัย (Up-to-date) ข่าวสารถูกจัดเตรียมอย่างรวดเร็วทันสมัยเสมอ
4. สื่อสารสองทาง (Interactive) ข่าวสารสามารถแลกเปลี่ยนกันได้ ขึ้นอยู่กับการตอบสนอง ของบุคคล จึงเป็นการสื่อสารสองทาง

#### ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มักจะถูกเข้าใจสับสนกับการโฆษณา คนจำนวนมากมักจะเข้าใจว่าการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความหมายเหมือนกัน จนบางที่เราเรียกการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็น “การโฆษณาประชาสัมพันธ์” ซึ่งในความเป็นจริงการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกันพอสมควร ดังนี้

**การโฆษณา (Advertising)**เป็นการกระทำการใดๆ อันเป็นการชักจูงใจต่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาศัยสื่อมวลชน (Mass media) ในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายและมีได้เป็นไปในรูปส่วนตัว

**การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)**เป็นการติดต่อสื่อสารจากองค์การไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและประชามติจากสาธารณชนที่มีต่อองค์การ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือภาพลักษณ์ ความรู้ และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

จากความหมายของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว อาจสรุปเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างของการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ปัจจัยที่ใช้เปรียบเทียบ	การโฆษณา	การประชาสัมพันธ์
กลุ่มเป้าหมาย	กลุ่มเป้าหมายชัดเจนและมักมีเพียงกลุ่มเดียว	มีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม
วัตถุประสงค์	เพื่อเชิญชวนหรือชักจูงให้ซื้อสินค้า	เพื่อสร้างความเชื่อถือ ลักษณะ

	หรือบริการ	ความรู้ ทัศนคติที่ดี แก้ไข ข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
เครื่องมือที่ใช้	สื่อมวลชน (Mass media) เช่นวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น	อาจใช้สื่อมวลชนหรือไม่ใช้ก็ได้ เช่น การออกข่าว ให้สัมภาษณ์ จัดแสดง สินค้า สัมมนา เป็นต้น
การติดต่อสื่อสาร	การสื่อสารทางเดียว (One-way communication)	การสื่อสารสองทาง (Two-way communication)

### ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public relation) เป็นหนึ่งในส่วนประสมของการสื่อสารทางการตลาดซึ่งมีความสำคัญอย่างหนึ่งขององค์การที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย ทั้งนี้องค์การอาจอยู่ในรูปของบริษัท ห้างร้าน สมาคมหรือหน่วยงานต่างๆ อันเป็นส่วนหนึ่งในระบบสังคมซึ่งมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน องค์การจะไม่สามารถอยู่ในสังคมได้หรืออยู่ได้ยากหากปราศจากการยอมรับและความเข้าใจจากสาธารณชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นที่องค์การต้องให้ความสนใจต่อการทำความเข้าใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชนโดยผ่านสื่อต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สาธารณชนมีทัศนคติ ความเชื่อหรือมุมมองที่ดีต่อองค์การ อันจะส่งผลต่อการดำเนินงานอย่างราบรื่นในระยะยาวขององค์การ Shimp, T. A. (1997)

การประชาสัมพันธ์จะถูกใช้เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ บุคลากร สถานที่ แนวคิดและกิจกรรมการดำเนินงานต่างๆ ขององค์การ เช่น ธุรกิจการค้าใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการฟื้นความสนใจของลูกค้าต่อสินค้าที่ตกต่ำลง การใช้การประชาสัมพันธ์ของประเทศในการดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือนักลงทุนเพื่อให้เข้ามาท่องเที่ยวหรือลงทุนในประเทศ หรือการที่บริษัทใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อจัดการกับวิกฤติที่เกิดขึ้นจากความเข้าใจผิดในตัวสินค้าของผู้ใช้สินค้า เป็นต้น

#### 2.1.4 แนวคิดการบริหารจัดการความเสี่ยง

แนวคิดของความเสี่ยงสามารถกำหนดได้ว่าเป็นความเป็นไปได้ของอันตราย ความเสียหายหรือการสูญเสียอันเป็นผลมาจากการกระทำหรือเหตุการณ์ โดยคำนึงถึงโอกาสที่จะเกิดขึ้นและความรุนแรงของผลที่ตามมา "ในบริบทของการจัดการชยะ". ความเสี่ยงสามารถเกิดขึ้นได้จากขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการจัดการชยะ เช่น การรวบรวม การขนส่ง การกำจัด และการบำบัด ความเสี่ยงเหล่านี้อาจรวมถึงมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม การปล่อยสารเคมีที่เป็นอันตราย อันตรายต่อสุขภาพของคนงานและสาธารณชน และผลกระทบด้านลบอื่นๆ ต่อชุมชนโดยรอบ การทำความเข้าใจและจัดการความเสี่ยงเหล่านี้มีความสำคัญในการสร้างความมั่นใจในการจัดการชยะที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ การประเมินความเสี่ยงเป็นเครื่องมือสำคัญในการระบุอันตรายที่อาจเกิดขึ้นและประเมินความเป็นไปได้และผลที่ตามมาของการเกิดขึ้น ข้อมูลนี้สามารถใช้เพื่อแจ้งการตัดสินใจและพัฒนากลยุทธ์เพื่อลดหรือ

จัดการความเสี่ยง (U.S. Environmental Protection Agency. ,2018) โดยที่กระบวนการ หมายถึง การระบุความเสี่ยงซึ่งเป็นกระบวนการที่ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานร่วมกันระบุความเสี่ยงและปัจจัย ในการคำนึงถึงความเสี่ยงที่มีสาเหตุมาจากปัจจัยทั้งภายใน และภายนอก ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อ วัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร หรือผลการปฏิบัติงานทั้งในระดับองค์กรและระดับกิจกรรมใน การระบุปัจจัยเสี่ยงจะต้องพิจารณาว่ามีเหตุการณ์ใดหรือ กิจกรรมใดของกระบวนการปฏิบัติงานที่ อาจเกิดความผิดพลาดความเสียหายและไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด รวมทั้งมีทรัพย์สินใดที่ จำเป็นต้องได้รับการดูแลป้องกันรักษา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจ ความหมาย “ความเสี่ยง (Risk)” “ปัจจัยเสี่ยง (Risk Factor)” และประเภทความเสี่ยง” ก่อนที่จะดำเนินการระบุความเสี่ยงได้อย่าง เหมาะสม

ความฉลาดรู้ในความเสี่ยง (Risk Intelligence) หมายถึง ความสามารถของบุคคลหรือใน องค์กรในการประเมินความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการจัดประเภทการแจกแจง คุณลักษณะ และการคำนวณสิ่งที่เป็นภัยคุกคาม การเก็บข้อมูลการตั้ง และนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาใช้ งานการสื่อสารมีประสิทธิภาพรวมทั้งการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ใหม่ๆ ประเด็นที่สำคัญก็คือว่าเรา จะเรียนรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงต่างๆ (ที่ไม่ใช่ความเสี่ยงทางการเงิน) ได้เกือบทั้งหมด แต่เราสามารถ เรียนรู้ได้มากเท่ากับ หรือมากกว่าคนอื่นๆ ที่ต้องเผชิญความเสี่ยงแบบเดียวกับเรา หรือไม่อ้างอิงจาก แนวคิดเรื่องปัจจัย ความเสี่ยงของ David Apgar ได้แบ่งลักษณะของความเสี่ยงออกเป็นสองลักษณะคือ ความเสี่ยงที่ เรหกรหาที่เร็วหรือช้า เป็นความเสี่ยงที่เราสามารถลดความไม่แน่นอนลงได้ถ้าเรามีเวลาและทรัพยากร เพียงพอที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับมันให้มากขึ้น ในขณะที่ความเสี่ยงที่ไร้แบบแผน ถือเป็นความเสี่ยงที่ไม่มี การวิเคราะห์หาเหตุผลหรือปัจจัยผลักดันใดๆ ที่จะทำให้ความไม่แน่นอนลดลงได้กล่าวคือ สิ่ง ที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงนั้นไม่สามารถระบุได้แน่ชัด

#### ความหมายของความเสี่ยง

Hillson and Murray-Webster, (2012). ความเสี่ยง หมายถึง ความเป็นไปได้ที่จะประสบ กับผลลัพธ์เชิงลบหรือผลสืบเนื่องจากการกระทำหรือการตัดสินใจ เป็นความน่าจะเป็นหรือความ เป็นไปได้ของอันตราย การสูญเสีย หรือความเสียหายที่เกิดขึ้น และมักเกี่ยวข้องกับความไม่แน่นอน และคาดเดาไม่ได้

Kaplan&Mikes,(2012). ความเสี่ยงสามารถเกิดขึ้นได้จากหลายแหล่ง รวมถึงภัยธรรมชาติ อุบัติเหตุ การลงทุนทางการเงิน และการตัดสินใจทางธุรกิจ อาจมีระดับความรุนแรงและผลกระทบที่ แตกต่างกันไป ตั้งแต่ความไม่สะดวกเล็กน้อยไปจนถึงการสูญเสียทางการเงินครั้งใหญ่ ความเสียหายต่อ ชื่อเสียง หรือแม้กระทั่งภัยคุกคามต่อสุขภาพและความปลอดภัย

Taleb, (2007); Douglas & Wildavsky, (1982). การจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ เกี่ยวข้องกับการระบุ ประเมิน และบรรเทาความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเพื่อลดผลกระทบและปกป้อง บุคคล องค์กร และชุมชนจากอันตราย สิ่งนี้อาจเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ที่หลากหลาย เช่น การหลีกเลี่ยง หรือถ่ายโอนความเสี่ยง การใช้มาตรการป้องกันหรือการควบคุม และการพัฒนาแผนฉุกเฉิน ในธุรกิจ

และการเงิน ความเสี่ยงมักเกี่ยวข้องกับผลตอบแทนหรือรางวัลที่อาจเกิดขึ้น และการบริหารความเสี่ยงถือเป็นส่วนสำคัญในการจัดการการลงทุน โครงการ และการดำเนินงาน

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความเสี่ยง หมายถึง เหตุการณ์หรือการกระทำใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นภายใต้ความเสี่ยงสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และอาจส่งผลกระทบต่อหรือสร้างความเสียหาย (ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่ เป็นตัวเงิน) หรือก่อให้เกิดความล้มเหลว หรือลดโอกาสที่จะบรรลุเป้าหมายตามภารกิจหลักขององค์กร และเป้าหมายตามแผนปฏิบัติงาน

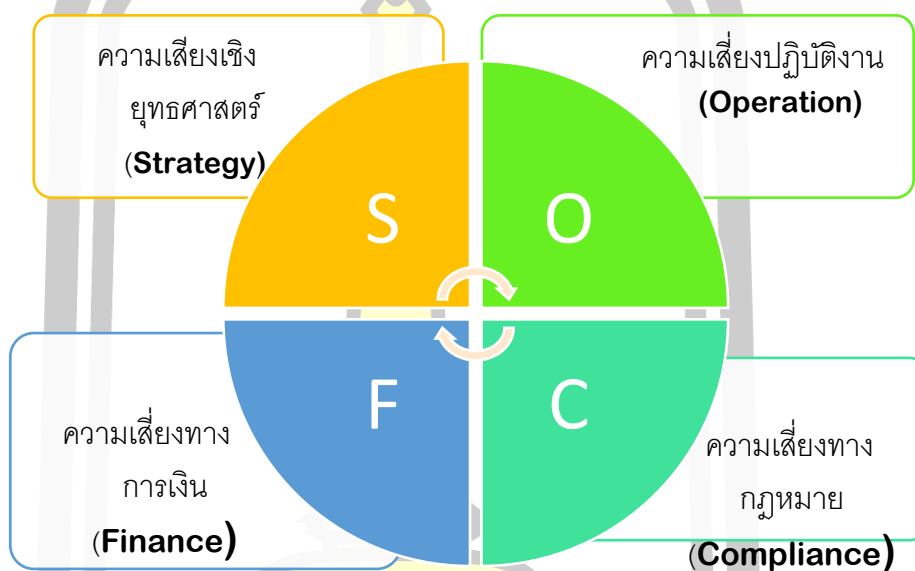
ปัจจัยความเสี่ยงด้านการจัดการ หมายถึง ปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของทีมผู้บริหารขององค์กรในการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ปัจจัยเหล่านี้อาจรวมถึงปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถขององค์กรในการจัดการทรัพยากร การดำเนินงาน การเงิน และบุคลากร โดยปัจจัยเสี่ยงแบ่งได้ 2 ด้าน ดังนี้ 1) ปัจจัยเสี่ยงภายนอก คือ ความเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุมการเกิดได้โดยองค์กร เช่น เศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย คู่แข่ง การเมือง เทคโนโลยี ภัยธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม 2) ปัจจัยเสี่ยงภายใน คือ ความเสี่ยงที่สามารถควบคุมได้โดยองค์กร เช่น ข้อบังคับ ภายในองค์กร กฎระเบียบ วัฒนธรรมองค์กร นโยบายการบริหารและการจัดการ ความรู้/ความสามารถของบุคลากร กระบวนการทำงาน ข้อมูล/ระบบสารสนเทศ เครื่องมือ/อุปกรณ์ ตัวอย่างของปัจจัยความเสี่ยงด้านการจัดการ ได้แก่ ภาวะผู้นำไม่เพียงพอ สิ่งนี้สามารถนำไปสู่การตัดสินใจที่ไม่ดี ขาดทิศทาง และการจัดการทรัพยากรที่ไม่มีประสิทธิภาพ การวางแผนไม่เพียงพอ สิ่งนี้อาจส่งผลให้ขาดความชัดเจนเกี่ยวกับเป้าหมาย การจัดสรรทรัพยากรไม่เพียงพอ และพลาดโอกาส การจัดการทางการเงินที่อ่อนแอ สิ่งนี้อาจส่งผลให้เกิดการสูญเสียทางการเงิน เงินทุนไม่เพียงพอสำหรับโครงการ และความยากลำบากในการดึงดูดการลงทุน การจัดการความเสี่ยงที่ไม่ดี สิ่งนี้สามารถนำไปสู่ความเสี่ยงทางการเงิน กฎหมาย และชื่อเสียงที่เพิ่มขึ้นการสื่อสารที่ไม่มี

**ประสิทธิภาพ** สิ่งนี้สามารถนำไปสู่ความเข้าใจผิด ขาดความร่วมมือ และลดประสิทธิภาพการทำงาน เป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรในการระบุและประเมินปัจจัยความเสี่ยงด้านการจัดการเพื่อพัฒนากลยุทธ์เพื่อลดหรือจัดการ สิ่งนี้อาจเกี่ยวข้องกับการใช้นโยบายและขั้นตอนเพื่อปรับปรุงความเป็นผู้นำ การวางแผน การจัดการทางการเงิน การสื่อสาร และแนวทางปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยง นอกจากนี้ยังสามารถเกี่ยวข้องกับโปรแกรมการฝึกอบรมและการพัฒนาเพื่อเพิ่มทักษะและความสามารถของทีมผู้บริหาร ด้วยการจัดการปัจจัยเสี่ยงเหล่านี้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรสามารถเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ได้

สรุปได้ว่า ปัจจัยเสี่ยง หมายถึง ต้นเหตุหรือสาเหตุที่มาของความเสี่ยง ที่จะทำให้ ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยต้องระบุได้ด้วยว่าเหตุการณ์นั้นจะเกิดเมื่อใด ที่ไหน และจะเกิดได้อย่างไร ทั้งนี้สาเหตุของความเสี่ยงที่ระบุควรเป็นสาเหตุที่แท้จริง เพื่อจะได้วิเคราะห์และ กำหนดมาตรการลดความเสี่ยงในภายหลังได้อย่างถูกต้อง ความเสี่ยงกระบวนการเป็นกระบวนการที่ร่วมกันระบุความเสี่ยงและปัจจัยที่มีสาเหตุมาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอก และการควบคุมกิจกรรม

รวมทั้งกระบวนการดำเนินงานต่างๆ เพื่อลดมูลเหตุแต่ละโอกาสจะเกิดความเสียหาย ให้ระดับของความเสียหายและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ ประเมินได้ ควบคุมได้ และตรวจสอบได้อย่างมีระบบโดยคำนึงถึงการบรรลุเป้าหมาย ทั้งในด้านกลยุทธ์การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และชื่อเสียงขององค์กรเป็นสำคัญ โดยได้รับการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมในความเสี่ยงจากหน่วยงานทุกระดับทั่วทั้งองค์กร

### ประเภทความเสี่ยง



รูปภาพที่ 4 ประเภทความเสี่ยง

#### 2.2.1 ความเสี่ยงเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Risk)

หมายถึง การปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามแผนปฏิบัติงานโดยไม่มีผังการปฏิบัติงานที่ชัดเจน หรือไม่มีการมอบหมายอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบ บุคลากรขาด แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เป็นต้น

#### 2.2.2 ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ (Compliance Risk)

เป็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับประเด็นข้อกฎหมาย ระเบียบ การปกป้องคุ้มครองผู้รับบริการ หรือผู้มีส่วนได้เสียการป้องกันข้อมูลรวมถึงประเด็นทางด้านกฎระเบียบอื่น ๆ และอาจส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานลดน้อยลง ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

#### 2.2.3 ความเสี่ยงด้านการเงินและพัสดุ

ความเสี่ยงด้านการเงินและพัสดุ หมายถึง เหตุการณ์และโอกาสที่ไม่พึงประสงค์จะส่งผลกระทบต่อวัตถุประสงค์ก่อให้เกิดความเสียหาย และสามารถเกิดขึ้นได้ในงานการเงินและพัสดุ ความเสี่ยงอาจเกิดขึ้นได้ทุกขั้นตอนและกระบวนการของการปฏิบัติงานด้านการเงินและพัสดุความเสี่ยงที่เกิดจากกระบวนการหรือขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านการเงินและพัสดุ ในการปฏิบัติตามระเบียบ

การเงินและพัสดุ กฎหมาย ข้อบังคับ และระเบียบของกระทรวงการคลังโดยตรง และได้นำระบบสนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศมาเกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการปฏิบัติงานด้านการเงินและพัสดุให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการเงินและพัสดุมากยิ่งขึ้น แต่โอกาสเกิดความผิดพลาดในกระบวนการต่างๆ ของระบบเทคโนโลยี

#### 2.2.4 ความเสี่ยงด้านปฏิบัติงาน (operational risk)

ความเสี่ยงด้านปฏิบัติงาน (operational risk) คือ ความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายอันเนื่องมาจากการขาดการกำกับดูแลกิจการที่ดีหรือขาดธรรมาภิบาลในองค์กร และการขาดการควบคุมที่ดีอาจเกี่ยวข้องกับกระบวนการปฏิบัติงานภายในระบบคนและระบบงานหรือเหตุการณ์ภายนอก และส่งผลกระทบต่อรายได้และเงินกองทุนของสถาบันการเงิน ทั้งนี้สาเหตุที่ทำให้เกิดความล้มเหลวจากความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ เช่น การทุจริตความไม่เพียงพอหรือความไม่ถูกต้องของข้อมูลเพื่อการตัดสินใจการหยุดชะงักหรือการขัดข้องของระบบ คอมพิวเตอร์ การก่อวินาศภัย หรือภัยธรรมชาติ เป็นต้น และอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อการดำเนินงานและเงินกองทุนของสถาบันการเงินได้

ความเสี่ยงในการดำเนินการ (operational risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่จะเกิดความสูญเสียทั้งทางตรงและทางอ้อมอันเนื่องมาจากความล้มเหลวหรือความไม่เหมาะสมของแหล่งที่มาของ ความเสี่ยง 4 ประเภท คือ กระบวนการดำเนินการภายในบุคลากรระบบและเหตุการณ์ภายนอก (นฤมล สะอาดโฉม, บุษกร วิชวศรีโรจน์ และวาสิตา บุญสาร, 2551)

ความเสี่ยงทางการเงิน (financial risk) หมายถึง ความผิดพลาดและความไม่แน่นอนทางการดำเนินงาน เช่น กระบวนการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพทำให้เกิดการบันทึกข้อมูลทางการเงินผิดพลาด หากองค์กรขาดระบบการตรวจสอบที่ดีความผิดพลาดเหล่านี้อาจนำไปสู่ความสูญเสียทางการเงินที่สูงมากต่อองค์กรได้ (นฤมล สะอาดโฉม, 2550, หน้า 118) ประเภทความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ จำแนกได้เป็น 6 ประเภท ดังนี้ ความเสี่ยงจากการทุจริต ความเสี่ยงจากการจ้างงาน และความปลอดภัยในสถานที่ปฏิบัติงาน ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของทรัพย์สิน ความเสี่ยงจากการขัดข้องและหยุดชะงักของระบบงาน และระบบคอมพิวเตอร์ความเสี่ยงจากกระบวนการทำงาน

ความเสี่ยงจากผู้รับบริการและวิธีปฏิบัติในการดำเนินงานมีรายละเอียดดังนี้ (อังคณา ศรีสวัสดิ์, 2553)

##### 1. ความเสี่ยงจากการทุจริตจำแนกเป็น 2 ประเภทคือ

1.1 ความเสี่ยงจากการทุจริตจากภายใน เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการทุจริตของบุคคล ภายในองค์กรเพื่อให้ผลประโยชน์ที่เกิดจากการทุจริตตกแก่พวกพ้องของตนเอง เช่น การปลอมแปลงเช็ค การยกยอกหรือการรับสินบน เป็นต้น

1.2 ความเสี่ยงจากการทุจริตจากภายนอกเป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการทุจริตของบุคคลภายนอกองค์การก่อให้เกิดความเสียหายโดยตรงต่อสถาบันการเงิน เช่น การปลอมแปลง เอกสารทางการเงิน

2. ความเสี่ยงจากการจ้างงานและความปลอดภัยในสถานที่ปฏิบัติงาน เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการกระบวนการจ้างงานที่ไม่เหมาะสม การจ่ายค่าตอบแทนหรือการปฏิบัติงานต่อพนักงานอย่างไม่เป็นธรรมก่อให้เกิดการฟ้องร้อง ลาออก หรือหยุดงาน เพื่อประท้วงได้ ยังรวมถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเนื่องจากการกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยในการปฏิบัติงานและการควบคุมสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่ไม่เพียงพอจนส่งผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงานอันเนื่องจากโรคภัยหรือได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุอันเนื่องจากการปฏิบัติงานได้

3. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของทรัพย์สินเป็นความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ทรัพย์สินของมหาวิทยาลัยที่เกิดจากอุบัติเหตุต่าง ๆ เช่น อุบัติเหตุ อัคคีภัย ภัยธรรมชาติ การทำลายทรัพย์สิน การก่อความไม่สงบทางการเมือง การก่อวินาศภัย เป็นต้น

4. ความเสี่ยงจากการขัดข้องและหยุดชะงักของระบบงานและระบบคอมพิวเตอร์เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากระบบงานที่ผิดปกติหรือการหยุดทำงานของระบบงานด้านต่าง ๆ เช่น ความไม่สอดคล้องกันหรือความแตกต่างของระบบงานที่เกิดจากการรวบรวมกิจการความบกพร่องของระบบงานคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่าย รวมถึงการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ไม่เหมาะสม ล้าสมัยและไม่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

5. ความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากความผิดพลาดในวิธีปฏิบัติงาน (methodology) ความผิดพลาดของระบบการปฏิบัติงานหรือความผิดพลาดจากการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่น การนำเข้าข้อมูลผิดพลาด การประเมินมูลค่าหลักประกันไม่ถูกต้องการไม่ปฏิบัติตามสัญญาการจ้างงานจากภายนอก การขาดความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานและการใช้งานระบบคอมพิวเตอร์ของพนักงาน การปรับปรุงกระบวนการทำงานที่ไม่เหมาะสม เป็นต้น

6. ความเสี่ยงจากผู้รับบริการและวิธีปฏิบัติในการดำเนินงานเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากวิธีปฏิบัติในการดำเนินงานไม่เป็นไปตามกฎหมายระเบียบและข้อบังคับที่ทางการกำหนด

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติการ คือ ความเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหาย อันเนื่องมาจากการขาดการกำกับดูแลกิจการที่ดี หรือขาดธรรมาภิบาลในองค์การและการขาดการควบคุมที่ดีซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับกระบวนการปฏิบัติงานภายในคนระบบงานหรือเหตุการณ์ภายนอก และส่งผลกระทบต่อรายได้และเงินกองทุนของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้สาเหตุที่ทำให้เกิดความล้มเหลวจาก ความเสี่ยงด้านปฏิบัติการ เช่น การทุจริตความไม่พอเพียงหรือความไม่ถูกต้องของข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ การหยุดชะงักหรือการขัดข้องของระบบคอมพิวเตอร์ การก่อวินาศภัยหรือหรือภัยธรรมชาติ เป็นต้น

### 2.2.5 ความเสี่ยงด้านกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ

ความเสี่ยงด้านกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากการไม่สามารถปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องได้ หรือกฎระเบียบที่มีอยู่ไม่เหมาะสมไม่ชัดเจน ไม่ทันสมัย หรือเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานและอาจมีผลการลงโทษตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เป็นความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เช่น ระเบียบ กฎหมาย พระราชกฤษฎีกา ระเบียบข้อบังคับ ข้อกำหนดของทางราชการนโยบายของรัฐ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติงานด้านการเงินและพัสดุ เป็นต้น จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าความเสี่ยงด้านกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ซึ่งมีความจำเป็นและสำคัญอย่างมากถ้าผู้ปฏิบัติงานไม่ปฏิบัติตามก็จะเกิดความเสียหาย โดยเฉพาะการปฏิบัติงานด้านการเงินและพัสดุมีความเสี่ยงอย่างมาก ต้องปฏิบัติตามด้วยความระมัดระวัง รอบครอบ และปฏิบัติอย่างถูกต้อง ซึ่งความเสี่ยงเหล่านี้ต้องมีแนวทางและนโยบายให้หน่วยงานภายใน ตระหนักและถือปฏิบัติเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าจะด้านการกำกับดูแล การปรับปรุงเกี่ยวกับ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ให้สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันและมีการเผยแพร่ให้รับทราบ โดยถือปฏิบัติตาม อย่างเคร่งครัดเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

### 2.2.6 ความเสี่ยงด้านการกำหนดนโยบาย

ความเสี่ยงด้านการกำหนดนโยบาย หมายถึง เป็นความเสี่ยงเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายที่ไม่มีความชัดเจน เข้าใจยากไม่ได้ยึดหลักความปลอดภัยในการการออกกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ไม่สามารถควบคุมดูแลเพื่อให้เกิดความปลอดภัยได้ ทำให้ผู้ปฏิบัติเข้าใจถึงสิ่งที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนด จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความเสี่ยงด้านการกำหนดนโยบายเป็นการกำหนดนโยบายและแผนงานขององค์กรต่างๆ นั้น เป็นภาระสำคัญของผู้บริหารองค์กรทุกคนที่จะต้องร่วมกันจัดทำและปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้ ก็เช่นกันมีความจำเป็นและให้ความสำคัญเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายการปฏิบัติงานด้านการเงินและพัสดุ ซึ่งต้องมีความชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษรเปิดโอกาสให้ผู้บริหารระดับล่างมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการปรับปรุง แผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องในการบริหารงานเพื่อลดความเสี่ยงด้านการเงินและพัสดุ

### 2.2.7 ความเสี่ยงเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Risk)

ความเสี่ยงเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้อง กับเป้าหมาย กลยุทธ์ พันธกิจ ในภาพรวมขององค์กร ที่อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการไม่ บรรลุผล ตามเป้าหมายในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ขององค์กร

ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์คือศักยภาพของผลกระทบที่ตามมาซึ่งเป็นผลมาจากการตัดสินใจทางธุรกิจที่ไม่ดี การดำเนินการตามการตัดสินใจที่ไม่เพียงพอ หรือความล้มเหลวในการตอบสนองอย่างเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความเสี่ยงประเภทนี้เชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร และอาจเกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของความต้องการของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงด้านกฎระเบียบ หรือ

การเกิดขึ้นของคู่แข่งรายใหม่ ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์มักถูกพิจารณาว่าเป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่สำคัญที่สุดที่องค์กรต้องเผชิญ เพราะอาจส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในระยะยาวขององค์กร การบริหารความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวข้องกับการระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น การพัฒนาแผนเพื่อบรรเทาความเสี่ยงเหล่านั้น และการทบทวนและปรับปรุงแผนเหล่านั้นอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้มั่นใจว่ายังคงมีประสิทธิภาพเมื่อพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Institute of Risk Management ,2018)

การบริหารความเสี่ยงด้านกลยุทธ์เป็นหนึ่งในสมรรถนะหลักของกิจการในด้านการบริหาร ซึ่งยังมีความแตกต่างกันมากในแต่ละกิจการ

ประการที่ 1 การบริหารความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ควรจะเป็นองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบแรกของการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร

ประการที่ 2 การบริหารความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ควรจะต้องเป็นความรับผิดชอบและภารกิจของคณะกรรมการบริษัทและผู้บริหารระดับสูงเป็นสำคัญ

ประการที่ 3 การที่กิจการจะบริหารความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ได้จะต้องสามารถสร้างภาพรวมที่แสดง Strategic Views of Risk ได้อย่างครบถ้วน และเพียงพอที่จะทำให้สามารถพิจารณาได้ว่าเหตุการณ์ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ใดที่มาจากปัจจัยความเสี่ยงภายในกิจการและภายนอกกิจการ หรือ Scenario ในเชิงกลยุทธ์ใดที่จะส่งผลกระทบต่อความสามารถของกิจการในการบรรลุผลสำเร็จของการดำเนินงาน

ประการที่ 4 กิจการจะต้องกำหนดเกณฑ์ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และค่าเบี่ยงเบนของการดำเนินงานที่ ยอมรับให้เกิดได้หากความเสี่ยงนั้นเกินกว่าความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อใช้เกณฑ์นี้เป็น แนวทางในการตัดสินใจกำหนดแผนงานเชิงกลยุทธ์

ประการที่ 5 การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ไม่ใช่โปรแกรมที่ทำเพียงครั้งเดียว หากแต่ต้องนำไปใช้อย่างต่อเนื่อง และทบทวนด้วยความถี่ตามความจำเป็นตลอดระยะเวลาที่มีการบริหารจัดการและ การกำกับกับการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนเชิงกลยุทธ์

ประการที่ 6 ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์เป็นเหตุการณ์ความเสี่ยงที่จะทำให้การดำเนินงานจริงไม่บรรลุตามกลยุทธ์ที่วางไว้ ซึ่งสาเหตุของความเสี่ยงและปัจจัยเสี่ยงล้วนแต่มาจากคณะกรรมการผู้บริหารระดับสูง ผู้ถือหุ้น การบริหารความเสี่ยงด้านกลยุทธ์จึงต้องหาให้ได้ว่าสิ่งไหนที่พอจะเป็นภัยคุกคามต่อการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ของกิจการ

ประการที่ 7 เนื่องจากความเสี่ยงด้านกลยุทธ์เป็นสมรรถนะหลัก (Core Competency) อย่างหนึ่งของ กิจการ สิ่งที่จะถือว่าเป็นความเสี่ยงด้านกลยุทธ์อาจจะมาจาก

1. การสื่อสารและแบ่งปันสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการกิจการไม่เพียงพอ
2. การแสดงบทบาทในการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูงไม่สร้างคุณค่า ไม่ให้เวลาที่เพียงพอ

3. การแบ่งแยกบทบาทและหน้าที่เป็นสายงาน สายธุรกิจ ทำให้การบริหารจัดการกับเหตุการณ์ความเสี่ยงไม่อาจข้ามอาณาจักร (Cross Functional)
4. ขาดวัฒนธรรมด้านการรับรู้และให้ความสำคัญกับความเสี่ยงอย่างเพียงพอ
5. ไม่สามารถเชื่อมโยงกิจกรรมการควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยงได้อย่างถูกต้องและไม่ทำให้เกิดความซ้ำซ้อน
6. ไม่สั่งสมบทเรียน หรือไม่ใช่ประสบการณ์เป็นสิ่งที่ควรเรียนรู้ เพื่อแก้ไขและปรับปรุงตลอดจนบรรเทาความเสี่ยงในอนาคต
7. ขาดการสร้างวัฒนธรรมและค่านิยมของการมีส่วนร่วมของทุกคนทุกระดับในองค์กร
8. ขาดการเชื่อมโยงผลการบริหารความเสี่ยงกับตัวชี้วัดผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ของกิจการ

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก มีความเห็นว่า ความปลอดภัยและความมั่นคงเป็นองค์ประกอบสำคัญของ คุณภาพแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวจะมีชื่อเสียงและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ แก่นักท่องเที่ยวได้ ต้องมีรากฐานที่สำคัญมาจากการจัดการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินที่ดี โดยบุคลากรทุกภาคส่วนต้องให้ความร่วมมือในการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้เกิดขึ้น ในภาคการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (World Tourism Organization, 1996, อ้างถึงใน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ม.ป.ป., น. 25)

ความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจก่อนการเดินทางและความพึงพอใจระหว่าง การเดินทางของนักท่องเที่ยว เพราะจุดเริ่มต้นของการตัดสินใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวคือการได้รับประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เคยได้รับมาก่อน เมื่อวางแผนเดินทางท่องเที่ยว แล้วจึงต้องเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าประสบการณ์ที่จะได้รับ ราคา และ ความเสี่ยงจากความไม่ปลอดภัย ในแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่มีความคุ้นเคย

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต้องการความมั่นคงในชีวิต และ ความปลอดภัยในทรัพย์สิน หากแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่สามารถตอบสนองความต้องการด้านนี้ให้กับ นักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวย่อมไม่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวหรือไม่ประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยวได้ ดังนั้น ความปลอดภัยและความมั่นคงในการท่องเที่ยวจึงเป็น องค์ประกอบที่สำคัญ (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ม.ป.ป., น. 2)

### การจัดการความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว

การจัดการและดูแลความปลอดภัย รวมถึงการสร้าง ความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับ หลายภาคส่วนซึ่งแต่ละภาคส่วนจะมีบทบาทและอำนาจหน้าที่แตกต่างกันไป ดังนั้น การจัดการและดูแล นักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมจำเป็นต้องประสานการทำงานร่วมกัน โดยกำหนดบทบาท และหน้าที่ของแต่ละภาคส่วน ให้ชัดเจน livari & Niemisalo (2013) ได้จำแนกผู้ดำเนินการในการจัดการดูแลความปลอดภัยให้แก่ นักท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับรัฐ ระดับกลุ่ม และ

ระดับปัจเจก ซึ่งมีขอบเขตและระดับ ของหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในแต่ละขอบเขตดังในตารางที่ 1 ทั้งนี้ การสร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดนโยบายสร้างระบบและโครงสร้างที่จำเป็นเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัย และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในสถานะที่พร้อมตอบสนองต่อทุกสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ม.ป.ป., น. 30)

ขอบเขตหน้าที่ของหน่วยงานระดับต่างๆ ในการดูแลความปลอดภัย สามารถแบ่งเป็นระดับได้ดังนี้

**ระดับรัฐ** มีขอบเขตหน้าที่หลักคือ ความมั่นคงของรัฐและระดับชาติ ผู้ปฏิบัติภารกิจคือ ทหารและตำรวจ

**ระดับกลุ่ม** มีขอบเขตหน้าที่หลักคือ ความปลอดภัยของชุมชน ความปลอดภัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ปฏิบัติภารกิจคือความร่วมมือของภาคส่วนต่าง

**ระดับปัจเจก** มีขอบเขตหน้าที่หลักคือ ความปลอดภัยของแต่ละบุคคล ความปลอดภัยเกี่ยวกับการทำงาน ผู้ปฏิบัติภารกิจคือชุมชนในท้องถิ่นและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

**ที่มา:** รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (น. 31.), โดยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

นอกจากนี้ Mansfeld & Pizam (2006) ได้สรุปแนวทางการจัดการความปลอดภัย สำหรับนักท่องเที่ยว ที่เหมาะสม ดังนี้ (Mansfeld & Pizam, 2006, อ้างถึงใน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ม.ป.ป., น. 32)

1. ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินจะยังเกิดขึ้นต่อไปในแหล่งท่องเที่ยว แม้ว่าความพยายาม ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนในการป้องกันไม่ให้เกิดขึ้น เพราะภัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวมักเกิดขึ้นจาก สาเหตุที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่สามารถควบคุมได้โดยตรง เช่น เกิดขึ้นจากธรรมชาติ เกิดขึ้นจากมนุษย์ที่ไม่ใช่ คนท้องถิ่นนั้น ดังนั้นจึงควรยอมรับว่าในทางปฏิบัติแล้ว ไม่สามารถกำจัดภัยต่าง ๆ ได้หมดทั้งสิ้น

2. แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะไม่สามารถป้องกันการเกิดภัยได้ทั้งหมด แต่ก็สามารถเตรียมการรับมือ สถานการณ์นั้นได้ โดยผ่านการวางแผนการจัดการในภาวะวิกฤตเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อนักท่องเที่ยว ชุมชน และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3. เหตุการณ์ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ย่อมส่งผลกระทบต่อ ในทางลบกับแหล่งท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง แม้ว่าจะมีระดับความรุนแรงของ ผลกระทบต่างกันโดยขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยประกอบกัน

4. ภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบหลักในการป้องกันและลด การเกิด เหตุการณ์ที่ไม่ปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนภาครัฐมีความรับผิดชอบหลักในการสร้างความมั่นใจและ ความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว

5. วิธีการที่มีประสิทธิผลที่สุดในการป้องกันการเกิดเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง ในแหล่งท่องเที่ยวคือการร่วมมือที่เข้มแข็งระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และรัฐบาล

6. ผลกระทบจากเหตุการณ์ด้านความปลอดภัยและความมั่นคงไม่ได้จำกัดเฉพาะในพื้นที่เกิดเหตุเท่านั้น แต่จะส่งผลกระทบต่อพื้นที่อื่นด้วย จึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารที่ดีเพื่อป้องกันความเสียหายและผลกระทบในพื้นที่อื่น

7. นักท่องเที่ยวต้องได้รับการแจ้งข้อมูลอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับภัยอันตรายที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงวิธีการ หลีกเสี่ยงและการป้องกันภัยต่าง ๆ ในระหว่างท่องเที่ยว

8. รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยจะต้องทำงานใกล้ชิดร่วมกับ สื่อมวลชน

### ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวไทย

ปัญหาเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยมีผลต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยและ การตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ของประเทศ รวมทั้งการจ้างงานในภาคธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจเชื่อมโยง โดยอาจส่งผลกระทบการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ การแก้ไขปัญหาด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญ เป็นอย่างมากในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้และ รักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

ดังนั้นรัฐบาลจึงได้จัดตั้ง “กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว สำนักงาน ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา” มีภารกิจหลักในการเฝ้าระวังติดตามสถานการณ์ และตรวจสอบ สิ่งบอกเหตุที่มีผลกระทบหรืออาจเกิดผลกระทบต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เผยแพร่เพื่อแจ้งเตือนภัย แก่นักท่องเที่ยว พัฒนามาตรฐานเกี่ยวกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นศูนย์กลาง ในการประสานงานและสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการให้ความช่วยเหลือ การอำนวยความสะดวก การแก้ไขปัญหาการล่อลวง การดูแลความปลอดภัย และการบรรเทาทุกข์แก่นักท่องเที่ยว โดยร่วมมือกับ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อร่วมกันดำเนินงานให้เกิดเครือข่ายและความเข้มแข็งทั้งระบบ (กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว, 2560, น. 1-2)

กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ได้จัดทำ “แผนยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมั่น ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” เพื่อยกระดับมาตรฐาน ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวไทยให้มีคุณภาพในระดับสากล เป็นการเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวไทย แผนยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีรายละเอียดดังนี้ (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ม.ป.ป., น. 107-137)

**วิสัยทัศน์** คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินต่อประเทศไทย

### **พันธกิจ**

1. พัฒนาและปรับปรุงระบบและทรัพยากรการจัดการความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งในระดับชาติ ภูมิภาคและท้องถิ่น
2. ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนร่วมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวร่วมกัน ป้องกัน ฝ่าละอองธุรีวิชนี และจัดการ ความปลอดภัยในขอบเขตรับผิดชอบของตน
3. ป้องกันการหลอกลวงและก่ออาชญากรรมแก่นักท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ
4. ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ประสบกับภัยอย่างรวดเร็วและเป็นธรรม
5. ผนึกส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

### **ประเด็นยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์**

**ยุทธศาสตร์ที่ 1** พัฒนาทรัพยากรและระบบการบริหารจัดการความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ

1. การเพิ่มจำนวนตำรวจท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเครือข่ายอาสาสมัครความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความจำเป็น
2. การพัฒนาศักยภาพทางด้านภาษา การสื่อสาร และกฎหมาย สำหรับตำรวจท่องเที่ยว และ เจ้าหน้าที่งานขององค์กรที่เกี่ยวข้อง
3. การออกแบบและจัดตั้งระบบการจัดการความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น
4. การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสถิติเกี่ยวกับภัยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวและระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว
5. การสร้างกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
6. การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

**ยุทธศาสตร์ที่ 2** ยกระดับการป้องกัน การฝ่าละอองธุรีวิชนี และการจัดการความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจบริการการท่องเที่ยว

1. ส่งเสริมการจัดทำแผนป้องกันและจัดการความปลอดภัยจากภัยต่าง ๆ ในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก
2. เพิ่มศักยภาพอุปกรณ์และเครื่องมือเพื่อป้องกันการเกิดอุบัติเหตุกับนักท่องเที่ยวในพื้นที่สาธารณะ
3. เพิ่มศักยภาพการฝ่าละอองธุรีวิชนีต่าง ๆ ในพื้นที่สาธารณะ

4. การพัฒนาหรือปรับปรุงเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัยสำหรับธุรกิจที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และการตรวจสอบกำกับดูแลให้ธุรกิจที่ให้บริการนักท่องเที่ยวปฏิบัติตามเกณฑ์ดังกล่าวอย่างเคร่งครัด

5. การพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยของพนักงานขับยานพาหนะที่ให้บริการนักท่องเที่ยว

6. การสร้างจิตสำนึกและการพัฒนาศักยภาพการจัดการความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ให้แก่ประชาชนและธุรกิจที่ให้บริการนักท่องเที่ยว

**ยุทธศาสตร์ที่ 3** ส่งเสริมการบังคับใช้กฎหมายป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมเพื่อคุ้มครอง ความปลอดภัยนักท่องเที่ยวจากอาชญากรรมและการหลอกลวงเอาเปรียบ

1. การส่งเสริมให้ธุรกิจบริการในแหล่งท่องเที่ยวประกอบธุรกิจตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด

2. การเพิ่มมาตรการลงโทษสำหรับบุคคลหรือธุรกิจที่ประกอบอาชญากรรมหรือหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

3. การศึกษาข้อจำกัดในการบังคับใช้กฎหมายเพื่อปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ ความปลอดภัยและการจัดการความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว

4. การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย มาตรการจูงใจและมาตรการลงโทษทางกฎหมายให้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

5. การพัฒนาระบบการดำเนินคดีให้แก่นักท่องเที่ยวภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลาในการดำเนินคดีในประเทศไทยของนักท่องเที่ยว

**ยุทธศาสตร์ที่ 4** พัฒนาระบบการช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

1. การจัดทำแผนการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวในภาวะวิกฤต

2. ยกระดับศักยภาพการปฏิบัติงานและคุณภาพการบริการของช่องทางบริการการประสานภัย และการขอรับความช่วยเหลือของนักท่องเที่ยว

3. พัฒนาระบบการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวอย่างบูรณาการระหว่างจุดรับแจ้งเหตุ ช่องทางต่าง ๆ และหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติในระดับพื้นที่

4. การพัฒนาระบบกองทุนหรือระบบประกันภัยเพื่อการเยียวยาและให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวที่ประสบภัย

**ยุทธศาสตร์ที่ 5** ประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ

1. การพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว เพื่อการส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ

2. การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ปลอดภัยผ่านธุรกิจ ที่ให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ โรงแรมที่พัก ท่าอากาศยาน

3. การสื่อสารประชาสัมพันธ์ทางตรงแก่นักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ ปลอดภัย ผ่านจุดให้บริการนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ระบบออนไลน์ และสื่อบุคคล

4. การจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาดเชิงรุกเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ปลอดภัย ใน เขตพื้นที่หรือในช่วงเทศกาลที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดภัยแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

การที่จะนำแผนยุทธศาสตร์นี้ไปปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ต้องได้รับความร่วมมือจากทุก ภาคส่วน ที่เกี่ยวข้อง ผ่านการขับเคลื่อนแนวทางยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ตามขอบเขตความรับผิดชอบ จึง จำเป็นต้องมี คณะกรรมการหรือคณะอนุกรรมการอยู่ภายใต้คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยว แห่งชาติ ทำหน้าที่ ในระดับนโยบาย ส่วนในระดับปฏิบัติการ ให้หน่วยงานราชการที่เป็นผู้รับผิดชอบ การดำเนินงานในแผนยุทธศาสตร์ นำแผนงานไปบรรจุอยู่ในแผนปฏิบัติราชการของแต่ละหน่วยงาน ราชการเพื่อที่จะได้ดำเนินงานให้เป็นไปตาม นโยบาย รวมทั้งติดตามและประเมินผลเพื่อรายงานผล การดำเนินงาน ความก้าวหน้า ผลสำเร็จต่อคณะกรรมการ ในระดับนโยบายอย่างต่อเนื่อง (สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ม.ป.ป., น. 138)

นอกจากนี้ กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ยังได้มีมาตรการเกี่ยวกับ ความปลอดภัย ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้

1. มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยทางน้ำ
2. มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยทางถนน
3. มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยจากการถูกหลอกหลวงเอาเปรียบ
4. มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
5. มาตรการเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการด้านการท่องเที่ยว

### ความหมายของการบริการ

การบริการต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการให้บริการ เช่น บริการตรวจ คนเข้าเมือง บริการสนามบิน บริการด้านการเดินทาง บริการสถานพักผ่อน บริการ ร้านอาหาร บริการ ในแหล่งท่องเที่ยว บริการในสถานบริการประเภทต่างๆ บริการด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจความหมาย ลักษณะเฉพาะ และคุณภาพบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) ได้ให้ความหมายของ การบริการ หมายถึง กิจกรรมของ กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้า ที่ไม่มีตัวตน นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

ชูชัย สมितिไกร (2554) ได้ให้ความหมายของ การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือ ผลประโยชน์เชิงนามธรรม ซึ่งผู้ให้บริการได้เสนอขายโดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองบริการ นั้นๆ อย่างเป็นทางการ กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายสินค้าหรือไม่ก็ได้ (Kolter,

1991) ดังนั้นการบริการจึงเกี่ยวข้องกับการเสนอขายความพยายาม การปฏิบัติงาน หรือการกระทำใดๆ ให้แก่อีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการมิได้เป็นเจ้าของการบริการนั้นๆ เหมือนเช่น การเป็นเจ้าของสินค้า (Berry, 1990)

เอนกลาภ สุทธิพันธ์ (อ้างในจิตตินันท์ : 2555) ได้ให้ความหมายของการบริการ ไว้ว่า คือ การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าโดยการให้ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง แม่นยำ การแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างถูกต้องในขณะที่ลูกค้าใช้บริการหรือภายหลังจากที่ลูกค้ามารับ บริการแล้ว

ชูชัย สมितिไกร (2554) ได้กล่าวถึงการบริการว่ามีลักษณะเฉพาะที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการเป็นกิจกรรม ที่ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้เหมือนผลิตภัณฑ์ทั่วไป แต่จะแสดงออกมาในรูปของการปฏิบัติงาน ก่อนที่ผู้รับบริการจะตัดสินใจเลือกรับบริการนั้น

2) การผลิตและการบริโภคไม่สามารถแยกจากกันได้ (Inseparability) การบริการเป็นกระบวนการที่ทั้งการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน จึงทำให้เกิด การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งแตกต่างจากการผลิตและจำหน่ายสินค้า

3) การบริการมีความแตกต่างหลากหลาย (Variability) การบริการแต่ละครั้ง จะมีความแตกต่างกัน และคุณภาพของการบริการอาจเปลี่ยนแปลงไปตามผู้ให้บริการ เนื่องจาก ผู้ให้บริการแต่ละคนอาจมีความรู้ความสามารถและพฤติกรรมในการให้บริการที่แตกต่างกัน

4) ไม่สามารถเก็บได้ (Perishability) การบริการเป็นทั้งการผลิตและการบริโภค ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงไม่สามารถทำการผลิตไว้ล่วงหน้าและเก็บรักษาไว้เพื่อจำหน่ายในภายหลังได้ เหมือนผลิตภัณฑ์

### คุณภาพของการบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการ ของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Customer satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) (Johnston, 1995, Lloyd-Walker & Cheung, 1998)

คำว่าบริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการ หรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการที่เกินความต้องการของลูกค้า หมายถึง สิ่งที่ลูกค้า ต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่วิเศษมาก ประทับใจ คุ่มค่าแก่การตัดสินใจรวมทั้งคุ่มค่าเงิน

### การบริการที่มีคุณภาพประกอบด้วย

1) เชื่อมือและไวใจได้ (Reliability) เกิดจากการให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำไม่ผิดพลาดและตรงเวลาทุกครั้ง

2) ประกันความมั่นใจ (Assurance) เกิดจากความรู้อะเอียดของพนักงาน ผู้ให้บริการ ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นใจ

3) สัมผัสได้ (Tangibles) ลูกค้ามองเห็นความพร้อมของเครื่องมือ และองค์ประกอบต่างๆ เช่น ห้องรับรอง การจัดสถานบริการ เครื่องแบบ เป็นต้น

4) การเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) คือ การดูแลและเอาใจใส่การให้บริการ อย่างตั้งใจ ตั้งใจ เน้นการบริการและการแก้ปัญหาให้ลูกค้าเป็นรายบุคคล

5) การตอบสนอง (Responsiveness) คือ การไม่ปฏิเสธลูกค้าก่อนที่จะพยายาม ทำตาม ความต้องการ รวมทั้งตอบสนองลูกค้าแบบทันทีที่เห็นลูกค้า เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบ ให้การช่วยเหลือ ซึ่งความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการ ที่มีประสิทธิภาพ

#### การประเมินคุณภาพบริการ

จุดมุ่งหมายของการประเมินคุณภาพแบ่งออกเป็น 4 ประการ

1) เพื่อเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล (Information gathering) ข้อมูลอาจจะอยู่ในรูปเชิงคุณภาพหรือเชิงปริมาณก็ได้โดยการเก็บข้อมูลโดยตรงหรือโดยอ้อม

2) เพื่อกำหนดคุณค่าของกิจกรรมบริการต่างๆ (Service value determining) อันจะนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาการให้บริการ การวิเคราะห์ การประเมินคุณภาพของการบริการ ควรทำทั้งระบบโดยแยกเป็นคุณค่าในภาพรวมหรือเป็นด้านๆ

3) เพื่อการตัดสินใจ (Decision making) เป็นการตัดสินใจเชิงการบริหารงาน บริการ ประเมินจุดเด่น จุดด้อย โอกาสและข้อปัญหาของการบริการในเชิงมหภาค โดยอาศัยข้อมูล ที่ได้จากการประเมินเกี่ยวกับกิจกรรมการบริการ ผลที่เกิดขึ้นและผลที่ได้รับ ภายใต้ระยะเวลาช่วงสั้น ปานกลางหรือในระยะยาวจะช่วยให้ผู้บริหารงานบริการใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจดำเนินการ อย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อชิงความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ

4) เพื่อการตรวจสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) เป็นการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจเพื่ออำนาจพยากรณ์ อธิบาย และการควบคุมพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการบริการ

แนวทางการประเมินคุณภาพบริการ (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม : online) ประกอบด้วย 3 ระดับ ดังนี้

1) ระดับกระบวนการ (Process) เป็นการประเมินแต่ละขั้นตอน ของการให้บริการ ตามลำดับการเกิดพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องลักษณะของปัจจัยนำเข้า นำข้อมูลที่ได้มา กำหนดเป็น เครื่องมือกำกับควบคุมการปฏิบัติการ สร้างมาตรฐานทำนายปัจจัยนำออกก่อนที่จะมี การให้บริการ เครื่องมือที่วัดคือ ตัวแปรผลการปฏิบัติการใดๆ ที่มีผลหรือควบคุมต่อผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้น หรือ กิจกรรมที่ทำให้เกิดบริการต่างๆ

2) ระดับปัจจัยนำออก (Output) เป็นการประเมินในเชิงปริมาณหรือเชิงคุณภาพ ใน 2 ระดับย่อย คือ ข้อกำหนด (Requirement) เกี่ยวกับลักษณะของบริการตามที่ถูกค้าต้องการ ซึ่ง

สามารถพิจารณาการประเมินความต้องการความคาดหวังของลูกค้า และสมรรถนะ หรือความสามารถ (Capability) ของผู้ให้บริการและผู้ประกอบการ

3) ระดับผลลัพธ์ที่บังเกิด (Outcome) เป็นการประเมินผลที่พึงปรารถนา เป็นเป้าหมายหลักที่สำคัญของการให้บริการที่จะก่อให้เกิดผลกำไรในระยะยาว ธุรกิจนั้นๆ คงอยู่ได้ และทำให้ผู้รับบริการเป็นลูกค้าที่จงรักภักดีกลับมาใช้บริการหรือใช้บริการอีก ซึ่งดัชนีบ่งชี้คือ ความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction)

ปัญหาในการประเมินคุณภาพบริการ สรุปได้ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539)

1) ระบบการผลิตการให้บริการทั้งหลายมีลักษณะที่ยากแก่การควบคุม มีหลาย ปัจจัยที่จะมีผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการ การให้บริการต้องผลิตให้ทันไม่มีการเตรียมหรือเก็บ รักษาไว้ก่อนได้เหมือนสินค้าอื่นๆ

2) การผลิตบริการจะเป็นลักษณะของการติดต่อเกี่ยวข้องกับคนกับคน ความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสังคมของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง และเป็นที่ยากที่จะจำแนกผู้ให้บริการออกจากการให้บริการ

3) การประเมินคุณภาพบริการไม่ใช่อาศัยแต่ผลของการบริการที่เกิดขึ้นเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับกระบวนการต่างๆ ของการให้บริการ ตามการรับรู้ของผู้ใช้บริการว่า สิ่งที่คาดหวัง ตรงกับบริการที่ได้รับหรือไม่ ผลการประเมินมีตัวแปรทางด้านอารมณ์ ความต้องการปัจจัย ของสถานการณ์เข้ามามีอิทธิพลด้วย

4) ลักษณะความจับต้องไม่ได้ของการให้บริการทำให้ยากลำบากแก่การประเมินและซับซ้อน

5) คำว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับมุมมองแนวคิดการรับรู้ที่แตกต่างกันไป บ้างก็เชื่อว่าต้องอนุมานหาคุณลักษณะ ตัวบ่งชี้ความมีคุณภาพ บ้างก็ว่าเป็นปรากฏการณ์ของการรับรู้ ตามสายตาของผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญ บ้างก็ว่าคุณภาพเป็นผลของประสบการณ์ที่ได้รับร่วมกัน ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพบปะให้บริการ

#### **การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว**

การพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติก่อให้เกิดความประทับใจ แล้วกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก อีก รวมทั้งก่อให้เกิดการบอกต่อไปยัง รวมทั้งก่อให้เกิดการบอกต่อไปยัง เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักให้มาท่องเที่ยวประเทศไทย ในการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว มีทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบก เพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การยกระดับระบบขนส่งสาธารณะ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทางอื่นๆ การพัฒนา ศักยภาพของสนามบินในการรองรับนักท่องเที่ยว การเพิ่มเส้นทางและ

จำนวนเที่ยวบินระหว่าง ประเทศและภายในประเทศที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง เป็นต้น และการพัฒนาการให้บริการต่างๆ เช่น การปรับปรุงระบบการตรวจคนเข้าเมือง การปรับปรุง และอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านแดน การปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน การจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง การเพิ่มจุดบริการ Free WIF ในแหล่งท่องเที่ยว การจัดทำระบบบัตรโดยสารเดียวที่ใช้ได้กับทุกช่องทางการเดินทาง การพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) ได้แก่ ห้องน้ำคนพิการ ทางลาด ราวจับ เป็นต้น และพัฒนาแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องวงจรปิด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งไฟส่องสว่างโนสสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ท่องเที่ยวส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขาสาธารณะ การจัดการขยะและระบบ บำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ได้มีการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวในหลายๆ ด้าน ดังนี้

### 1.1 การจัดทำมาตรฐานต่างๆ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยกรมการท่องเที่ยวได้ดำเนินการจัดทำ มาตรฐานต่างๆ ดังนี้

#### 1) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว

- (1) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
- (2) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทชายหาด
- (3) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทเกาะ
- (4) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทน้ำตก
- (5) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทแก่ง
- (6) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเภทถ้ำ
- (7) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ธนีสัญฐาน
- (8) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
- (9) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
- (10) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ
- (11) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- (12) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- (13) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ
- (14) มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (น้ำพุร้อน)
- (15) มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

#### 2) มาตรฐานการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยว

- (1) มาตรฐานกิจกรรม Adventure Park
- (2) มาตรฐานการจัดกิจกรรมค่ายพักแรม
- (3) มาตรฐานการจัดกิจกรรมปางช้างเพื่อการท่องเที่ยว
- (4) มาตรฐานการจัดกิจกรรมเจ็ทสกีเพื่อการท่องเที่ยว
- (5) มาตรฐานการจัดกิจกรรมดูพรรณไม้ป่า
- (6) มาตรฐานการจัดกิจกรรมดูผีเสื้อ
- (7) มาตรฐานกิจกรรมแคนู-คายัค
- (8) มาตรฐานแพบริการเพื่อการท่องเที่ยว

### 3) มาตรฐานผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

- (1) มาตรฐานธุรกิจท่องเที่ยว
- (2) มาตรฐานการบริการนักท่องเที่ยวที่เป็นคนพิการ และผู้สูงอายุ
- (3) มาตรฐานอาชีพด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ
- (4) มาตรฐานมัคคุเทศก์
- (5) มาตรฐานการบริการรถตู้ปรับอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- (6) มาตรฐานการบริการรถโดยสารเพื่อการท่องเที่ยว

### 4) มาตรฐานสถานที่พักแรม

- (1) มาตรฐานที่พักสัมผัสนวัฒนธรรมชนบท
- (2) มาตรฐานที่พักแบบพำนักระยะยาว
- (3) มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม
- (4) มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทสถานที่พักตากอากาศ
- (5) มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทบริการห้องชุด
- (6) มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวประเภทเฮ้าส์
- (7) มาตรฐานอาเซียน
  - (7.1) มาตรฐานโรงแรมสีเขียวของอาเซียน
  - (7.2) มาตรฐานโฮมสเตย์อาเซียน

### 5) มาตรฐานภัตตาคาร/ร้านอาหาร

- (1) มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว
- (2) มาตรฐานเรือภัตตาคาร
- (3) มาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว
- (4) มาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลขนาดเล็กเพื่อการท่องเที่ยว
- (5) มาตรฐานอาหารรถเข็นแผงลอย

### 6) มาตรฐานสถานที่จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก

- (1) มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป)

- มณี
- 2) มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ประเภทสินค้าอัญมณี
- 3) มาตรฐานการให้บริการและความปลอดภัยในศูนย์การค้าเพื่อการท่องเที่ยว

#### 7) มาตรฐานบริการเชิงสุขภาพ

- (1) มาตรฐานการจัดบริการในสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- (2) จัดทำ ASEAN SPA Service Standard

#### (8) มาตรฐานบริการสาธารณะต่างๆ

- (1) มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวระดับสากล (WC OK) โดยร่วมมือกับการรถไฟแห่งประเทศไทย ดำเนินการตามสถานีรถไฟที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักๆ
- (2) มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะของอาเซียน
- (3) มาตรฐานศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว

### 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว

ในการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว หนึ่งในองค์ประกอบสำคัญคือการยกระดับ มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ให้เป็นระบบและมีคุณภาพ เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน มาตรฐานด้านการบริการฉบับนี้ได้ถูกจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการที่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับองค์กรทุกประเภทและทุกขนาดที่มีบทบาทในภาคการท่องเที่ยว

มาตรฐานดังกล่าวมิได้เพียงแต่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของกฎหมายที่องค์กรต้องปฏิบัติตามเท่านั้น แต่ยังมุ่งหวังให้เกิดการยกระดับผลการดำเนินงานให้ดีกว่าข้อกำหนดพื้นฐาน ด้วยการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของบริการ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หรือผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น องค์กรที่นำมาตรฐานนี้ไปปรับใช้จึงจำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์และความมุ่งมั่นในการพัฒนากระบวนการทำงานให้ตอบสนองต่อเป้าหมายของ “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” อย่างแท้จริง

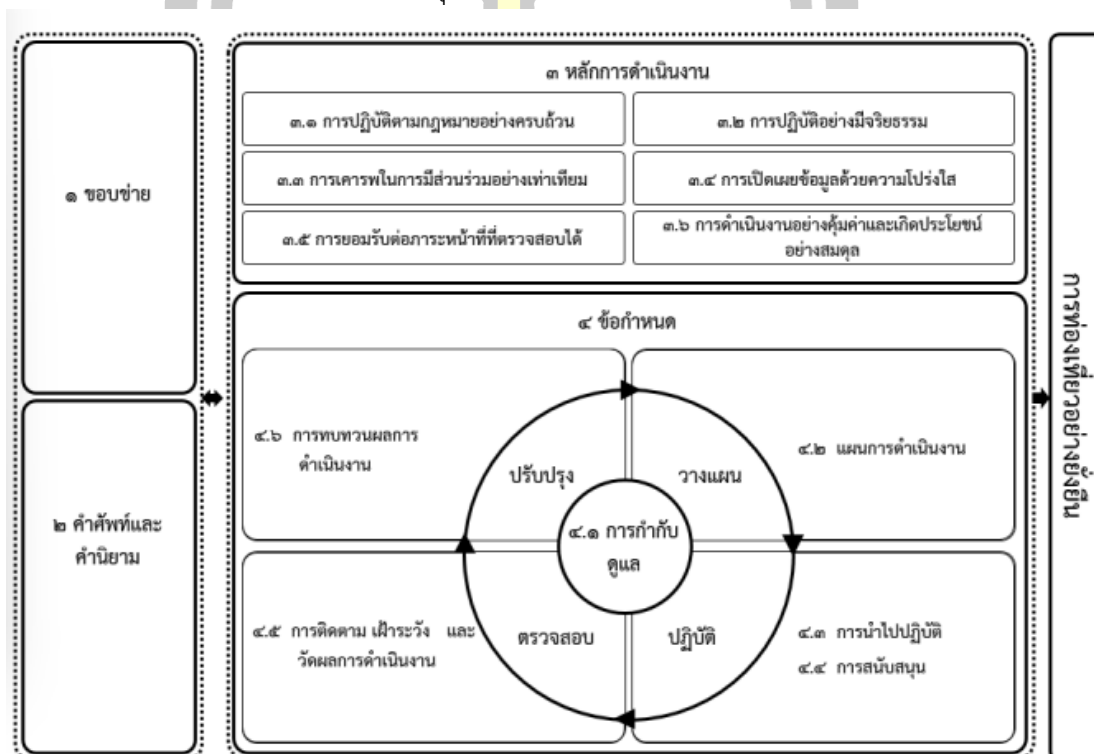
มาตรฐานฉบับนี้พัฒนาขึ้นบนพื้นฐานแนวคิดของวงจร PDCA (Plan-Do-Check-Act) หรือ วางแผน-ปฏิบัติ-ตรวจสอบ-ปรับปรุง ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งช่วยในการค้นหาปัญหาและอุปสรรคในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดโดยสังเขป ดังนี้

วางแผน (Plan) การกำหนดวัตถุประสงค์ กระบวนการ และทรัพยากรที่จำเป็น เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุทิศทางในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ปฏิบัติ (Do) การนำระบบไปสู่การปฏิบัติจริง พร้อมทั้งการเก็บรวบรวมและบันทึกผลการดำเนินงาน เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการติดตามและประเมินผล

ตรวจสอบ (Check) การติดตามผลการดำเนินงาน เปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์และความคาดหวังที่กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงาน

ปรับปรุง (Act) การดำเนินการปรับปรุงเมื่อผลการดำเนินงานไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์และความคาดหวัง หรือมีแนวโน้มเบี่ยงเบนไปจากเป้าหมายที่วางไว้ รวมทั้งการนำผลลัพธ์จากการติดตามผลไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในการดำเนินงานครั้งต่อไป



รูปภาพที่ 5 ภาพรวมของมาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ที่มา : องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน))

มาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ เพราะคุณภาพของบริการส่งผลโดยตรงต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต มาตรฐานที่ดีไม่เพียงแต่สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศ และส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมในระดับนานาชาติ

ในบริบทของประเทศไทย ซึ่งมีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจหลักที่สร้างรายได้เข้าประเทศอย่างมหาศาล การพัฒนามาตรฐานการให้บริการจึงต้องได้รับการผลักดัน

อย่างต่อเนื่อง ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก การนำองค์ประกอบของมาตรฐานการให้บริการ เช่น ความเป็นมืออาชีพ ความใส่ใจในรายละเอียด ความสะอาดปลอดภัย ความตรงต่อเวลา และการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง มาเป็นแนวทางในการดำเนินงานของผู้ให้บริการ จะช่วยส่งเสริมให้ระบบบริการมีความเป็นระบบและมีคุณภาพที่ตรวจสอบได้ ทั้งนี้ การพัฒนามาตรฐานบริการไม่สามารถเกิดขึ้นได้เพียงแคในเชิงระบบหรือองค์กรเท่านั้น แต่ต้องมุ่งเน้นที่การพัฒนาศักยภาพของ “ทุนมนุษย์” ในภาคการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน โครงการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทยจึงมีบทบาทสำคัญในการวางแนวทางพัฒนางค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดตัวชี้วัดความเป็นเลิศของบุคลากรทางการท่องเที่ยว การศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณลักษณะของผู้ให้บริการ เช่น ความรู้ ความสามารถในการสื่อสาร ภาษา ทักษะที่ดี ความเอาใจใส่ และบุคลิกภาพที่เหมาะสม ผลจากโครงการวิจัยดังกล่าวจะสามารถนำไปต่อยอดในการกำหนดมาตรฐานด้านบุคลากร และช่วยยกระดับการบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

องค์ประกอบของการพัฒนามาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนามาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศถือเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทยที่ภาคการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การมีมาตรฐานบริการที่ชัดเจนและสามารถปฏิบัติได้จริง จะช่วยให้ความมั่นใจในการบริการ สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และส่งเสริมให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2564)

จากโครงการวิจัย “การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทย” ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ได้ระบุองค์ประกอบของการพัฒนามาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศไว้ทั้งหมด 7 ด้าน ดังนี้

#### 1) ขีดความสามารถในการบริการ (Service Capability)

เป็นการสะท้อนถึงบุคลิกภาพ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ให้บริการที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การยิ้มแย้มแจ่มใส การให้บริการด้วยใจ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และการแสดงออกถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทั้งในด้านกิริยา มารยาท และความมีน้ำใจ

#### 2) กระบวนการบริการ (Service Process)

ครอบคลุมถึงการปฏิบัติงานตามหลักจริยธรรมและมาตรฐานองค์กร เช่น การเก็บความลับของลูกค้า ความซื่อสัตย์สุจริต ความรับผิดชอบ ความละเอียดรอบคอบ และการจัดการงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บริการที่มีคุณภาพและสม่ำเสมอ

#### 3) ผู้ให้บริการสมัยใหม่ (Modern Service Provider)

สะท้อนถึงทักษะที่จำเป็นในยุคปัจจุบัน เช่น ความสามารถด้านภาษา การใช้เทคโนโลยี การจัดการเวลา ความเข้าใจความต้องการของลูกค้า และทักษะการคิดวิเคราะห์ ซึ่งเป็นพื้นฐานของการให้บริการที่ตอบโจทย์ในโลกยุคดิจิทัล

#### 4.) ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking)

หมายถึงความสามารถในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลง ความเป็นผู้นำ การทำงานเป็นทีม และความคิดนอกกรอบ เพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ ที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

#### 5) ความรับผิดชอบ (Responsibility)

เป็นคุณลักษณะของผู้ที่มุ่งมั่นในการเรียนรู้ตลอดเวลา พร้อมรับภาระงานได้มากกว่าปกติในช่วงเวลาที่เป็นจำเป็น และสามารถจัดลำดับความสำคัญของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 6) ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence)

เป็นทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับงานบริการ ซึ่งรวมถึงการควบคุมอารมณ์ การเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่น การสื่อสารที่เหมาะสม และการจัดการกับสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างมีอหิชา

#### 7) บรรยากาศในการทำงาน (Working Atmosphere)

หมายถึงความสามารถในการสร้างและรักษาสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี เช่น การใช้ภาษาที่สร้างสรรค์ การคิดอย่างเป็นระบบ และการปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างราบรื่น

องค์ประกอบทั้ง 7 ด้านข้างต้นเป็นพื้นฐานที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และการกำหนดมาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศในระดับประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในยุคใหม่ ที่เน้นทั้งเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความยั่งยืนในทุกมิติ

มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่นที่โดดเด่น หากสามารถยกระดับมาตรฐานการบริการได้อย่างเป็นระบบ จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน ทำให้องค์ประกอบของการบริการที่เป็นเลิศ เช่น การมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม ทักษะในการสื่อสาร การให้บริการด้วยใจ รวมถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ ล้วนเป็นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ ซึ่งจะส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และสร้างความพึงพอใจในระดับสูง

นอกจากนี้ การยกระดับมาตรฐานการบริการยังส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของจังหวัดในระดับภูมิภาคและประเทศ โดยเฉพาะในยุคที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพ ประสบการณ์ และความปลอดภัย การบูรณาการแนวคิดมาตรฐานการบริการร่วมกับแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นจึงเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้จังหวัดบึงกาฬสามารถเติบโตเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างยั่งยืน

## 2.5 ประสิทธิภาพของการจัดการการท่องเที่ยว

การศึกษาวิจัยเรื่อง "บทบาทของแผน ปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ" นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าประสิทธิภาพไว้ดังต่อไปนี้

ศุภกร, ก. (2563) คำว่า "ประสิทธิภาพ" หมายถึง ความสามารถในการบรรลุเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่กำหนดไว้ โดยเน้นที่ความสำเร็จในการทำงานหรือกิจกรรมต่างๆ ในกรอบเวลาที่กำหนด และมักจะเกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

Steers, R. M., Ungson, G. R and Mowday, R. T (1985) ให้ความหมายของ "ประสิทธิภาพ" หมายถึง ระดับความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมายในทางปฏิบัติ

Dunn, W. N (1994) ได้ให้ความหมายของ "ประสิทธิภาพ" หมายถึง ระดับการบรรลุผลลัพธ์ของนโยบายที่คาดหวังไว้นั้นเอง

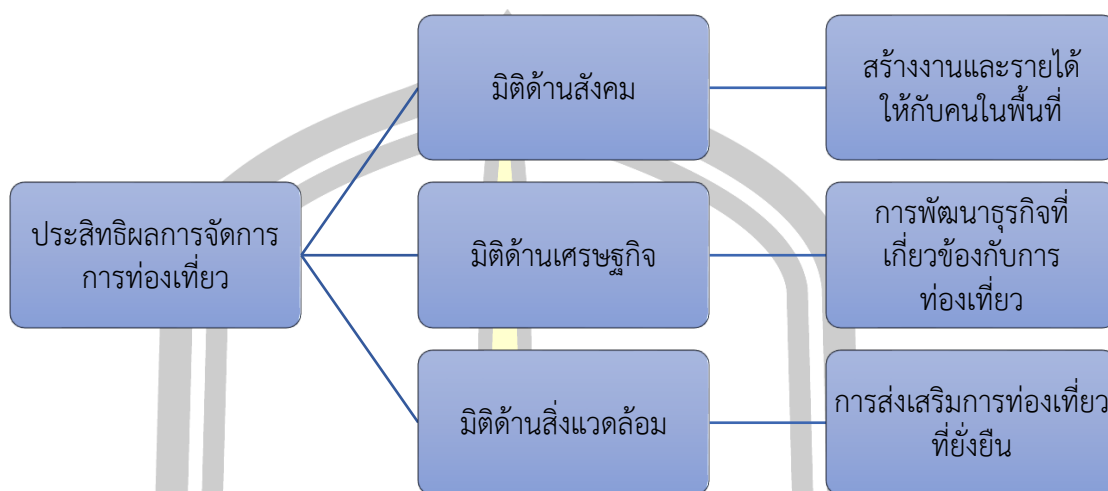
โดยสามารถให้คำจำกัดความ "ประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยว" หมายถึง ความสามารถในการบรรลุเป้าหมายและผลลัพธ์ที่ตั้งไว้ในด้านการจัดการการท่องเที่ยว โดยเน้นที่การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการส่งเสริมความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กิตติรัตน์, ท. (2562) โดยสามารถแบ่งประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยว ออกเป็น 3 มิติ คือ มิติด้านสังคม มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสิ่งแวดล้อม โดยให้ความหมายแต่ละมิติไว้ดังนี้

**มิติด้านสังคม** กล่าวถึงการจัดการท่องเที่ยวควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น การสร้างงานและรายได้ให้กับคนในพื้นที่ ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและการจัดกิจกรรมที่มีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและความสามัคคีในสังคม

**มิติด้านเศรษฐกิจ** กล่าวถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น เช่น การพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร และบริการนำเที่ยว ซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้และกระจายเศรษฐกิจในพื้นที่

**มิติด้านสิ่งแวดล้อม** กล่าวถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวยังคงสวยงามและน่าเยี่ยมชม การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เช่น การใช้พลังงานทดแทน การจัดการขยะ และการอนุรักษ์ธรรมชาติ จะช่วยรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

โดยการบูรณาการทั้งสามมิตินี้ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความยั่งยืนในด้านการจัดการท่องเที่ยว แต่ยังทำให้แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสรุปประสิทธิภาพของการจัดการการท่องเที่ยวเป็นแผนภาพ ดังนี้



รูปภาพที่ 6 ประสิทธิภาพของการจัดการการท่องเที่ยว

## 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว

### ความหมายของแหล่งท่องเที่ยว

กรมการท่องเที่ยว (2560) ได้ให้นิยามของแหล่งท่องเที่ยว คือ สถานที่หรือพื้นที่ที่มีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเยือน ซึ่งอาจมีทั้งด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรือกิจกรรมต่างๆ ที่นำเสนอความเป็นเอกลักษณ์และประสบการณ์ที่น่าจดจำ ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ อุทยานแห่งชาติ หาดทราย และเทศกาลต่างๆ

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่หรือกิจกรรมที่มีความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยอาจรวมถึงสถานที่ทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา ทะเล หรืออุทยานแห่งชาติ รวมถึงสถานที่ทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เช่น วัด โบราณสถาน และพิพิธภัณฑ์ (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

แหล่งท่องเที่ยว คือ พื้นที่ที่มีความสามารถในการสร้างรายได้จากการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นและระดับชาติ โดยรวมถึงการจัดกิจกรรม การขายสินค้า และบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (World Tourism Organization, 2021)

แหล่งท่องเที่ยว ถือเป็นพื้นที่ที่น่าเสนอประสบการณ์ที่หลากหลายให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งไม่เพียงแต่การชมวิว แต่ยังรวมถึงการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน (Patterson, 2018)

จากนิยามข้างต้นสามารถจัดแบ่งรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2467 สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการ

ท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการ หรือสถานที่สำคัญที่ทางชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยสร้างขึ้น แต่เมื่อประมาณ 10 ปี ที่ผ่านมาทางองค์การท่องเที่ยวโลก (www.unwto.org) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

### 2.6.1 การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ

รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์ และการสำรวจสถานที่ทางธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติ ภูเขา ทะเล น้ำตก และป่าไม้ โดยมักมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสัมผัสธรรมชาติ เช่น การเดินป่า การปีนเขา การดูนก และการตั้งแคมป์ รูปแบบนี้มักมุ่งเน้นไปที่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมความยั่งยืนในด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติมีผลดีหลายประการ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น และการส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ผู้คนมีความตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Buckley, 2010) ประกอบด้วย

**การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism)** หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

**การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (marine ecotourism)** หมายถึงการท่องเที่ยว อย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้ การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

**การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (geo-tourism)** หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็น หินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษารวมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษา สภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

**การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro tourism)** หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อ จิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

**การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (astrological tourism)** หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจักราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

### 2.6.2 การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม

รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชุมชน เช่น สถาปัตยกรรม ประเพณี ภาษา อาหาร และศิลปะ โดยนักท่องเที่ยวมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น เทศกาลท้องถิ่น การทำอาหาร การแสดงศิลปวัฒนธรรม และการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมช่วยส่งเสริมความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมต่างๆ และมีส่วนในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ (Richards, 2001) ประกอบด้วย

**การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism)** หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อการรักษาสมรรถภาพวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

**การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism)** หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อการรักษาสมรรถภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

**การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (rural tourism / village tourism)** หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมต่อการรักษาสมรรถภาพวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

### 2.6.3 การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ

รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นไปที่กิจกรรมหรือประสบการณ์เฉพาะที่ตอบสนองความสนใจเฉพาะกลุ่มของ

นักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (adventure tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) และการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (educational tourism)

นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มักมองหาประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและเฉพาะเจาะจง ซึ่งมักจะต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีความหมายและมีคุณค่าทางจิตใจ เช่น การศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การฝึกฝนทักษะใหม่ๆ หรือการมีส่วนร่วมในโครงการอนุรักษ์ (Weiler & Sepp, 2001) ประกอบด้วย

**การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism)** หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรีย์ภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (health beauty and spa)

**การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation tourism)** หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

**การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (ethnic tourism)** หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้านวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวภูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

**การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sports tourism)** หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโตคลื่น สกีนน้ำ เป็นต้น ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับความประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

**การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure travel)** หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

**การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (home stay & farm stay)** หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

**การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (long stay)** หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 - 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

**การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (incentive travel)** หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พักและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจกรายการพักผ่อนตั้งแต่ 2 - 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

**การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=meeting/I= incentive/C=conference / E=exhibition)** เป็นการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้จัดประชุม มีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (pre-tour) และการจกรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (post-tour) โดยการจกรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักค้างแรม 2 - 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

**การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยว** ศึกษาคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจกรายการนำเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 - 7 วันหรือมากกว่านั้นเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (eco-Argo tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Argo-historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (eco-adventure travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (geo- historical tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (agro-cultural tourism) เป็นต้น

นอกจากนี้ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวได้พิจารณาจากความต้องการหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดใหม่ ขึ้นมาเช่น Green tourism ที่คนมาท่องเที่ยวจะต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือช่วยลดภาวะโลกร้อน เช่น การท่องเที่ยวในเกาะสมุย หรือ War

tourism ที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับอดีตในสมัยสงคราม เช่น การท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรีหรือ Volunteer tourism ที่นักท่องเที่ยวเป็นอาสาสมัครมาช่วยทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ ในสถานที่และเดินทางท่องเที่ยวต่อ เช่น การที่มีอาสาสมัครมาช่วยงานสึนามิในประเทศไทย เป็นต้น

โดยสรุป รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่เพียงแต่การชมสถานที่ แต่ยังเป็นการเรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิตของคนไทย ทำให้เป็นประสบการณ์ที่น่าจดจำและมีค่า สำหรับผู้ที่มาเยือนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

## 2.7 แหล่งท่องเที่ยวในบริบทจังหวัดบึงกาฬ

จังหวัดบึงกาฬ ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีภูมิประเทศที่หลากหลาย ประกอบไปด้วยที่ราบลุ่มแม่น้ำโขงและภูเขา โดยเฉพาะบริเวณอำเภอบึงโขงหลงที่มีทัศนียภาพสวยงาม พร้อมทั้งแหล่งน้ำที่สำคัญคือแม่น้ำโขง ซึ่งเป็นเส้นแบ่งเขตแดนระหว่างไทยกับประเทศลาว (จังหวัดบึงกาฬ, 2565) บึงกาฬมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวอีสาน รวมถึงการมีอยู่ของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่ทำให้จังหวัดนี้มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะการจัดงานประเพณีพื้นบ้านที่มีความสำคัญ เช่น งานบุญบั้งไฟ และการพึ่งเทศน์มหาชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565)

นอกจากนี้ จังหวัดบึงกาฬยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ วัดถ้ำพระ และผาแต้ม ซึ่งเป็นแหล่งชมทิวทัศน์ที่สวยงาม มีจุดชมพระอาทิตย์ขึ้นและตกที่งดงาม รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างอุทยานแห่งชาติภูถ้ำกา และวนอุทยานน้ำตกเจ็ดสี ด้านเศรษฐกิจ จังหวัดบึงกาฬมีการเกษตรเป็นหลัก โดยมีการปลูกพืชเศรษฐกิจ เช่น ข้าว ข้าวโพด และมันสำปะหลัง นอกจากนี้ยังมีการทำประมงในแม่น้ำโขงที่เป็นแหล่งอาหารสำคัญของชาวบ้าน บึงกาฬจึงเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ประวัติความเป็นมา จังหวัดบึงกาฬเดิมเป็น อำเภอบึงกาฬ และเป็นตำบลหนึ่งในเขตการปกครองของอำเภอชัยบุรี จังหวัดนครพนม ซึ่งมีที่ว่าการอำเภอ ตั้งอยู่ที่บริเวณปากน้ำสงคราม ต่อมาไม่ทราบชัดว่าปีใด ทางราชการได้ย้ายที่ว่าการอำเภอมาตั้งที่บึงกาฬจันริมฝั่ง ตรงข้ามเมืองปากซัน แขวงบลีคำไซ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวปี พ.ศ.2459 ทางราชการ ก่อสร้าง ที่ว่าการอำเภอขึ้นใหม่และโอนการปกครองอำเภอชัยบุรีมาขึ้นกับจังหวัดหนองคาย ส่วนบริเวณที่ตั้ง ที่ว่าการอำเภอชัยบุรีเดิมนั้น ทางราชการยุบมาเป็นตำบลอยู่ในเขตการปกครอง ของอำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนมปี พ.ศ.2475 ข้าราชการกระทรวงมหาดไทยท่านหนึ่งเดินทางมาตรวจราชการที่อำเภอชัยบุรี พบว่า หมู่บ้านบึงกาฬจัน มีหนองน้ำใหญ่แห่งหนึ่ง กว้างประมาณ 160 เมตร ยาวประมาณ 3,000 เมตร ชาวบ้าน เรียก “บึงกาฬจัน” เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ทางราชการจึงเปลี่ยนชื่ออำเภอชัยบุรีเป็น “อำเภอบึงกาฬจัน” ตั้งแต่ นั้นมา ต่อมาปี พ.ศ.2477 ทางราชการได้เปลี่ยนชื่อ อำเภอบึงกาฬจัน เป็น”

อำเภอบึงกาฬ” เพื่อความสะดวกและ เข้าใจง่าย ต่อมาได้แยกอำเภอเซกา อำเภอพรเจริญ อำเภอศรีวิไล และ อำเภอบุ่งคล้า ออกจากอำเภอบึงกาฬ ตามลำดับ

จังหวัดบึงกาฬ จัดตั้งขึ้นตาม พระราชบัญญัติตั้งจังหวัดบึงกาฬ พ.ศ. 2554 อันมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 23 มีนาคม 2554 เป็นต้นไป โดยแยกอำเภอจำนวน 8 อำเภอ ได้แก่อำเภอบึงกาฬ อำเภอเซกา อำเภอโซ่พิสัย อำเภอบุ่งคล้า อำเภอบึงโขงหลง อำเภอปากคาด อำเภอพรเจริญ และอำเภอศรีวิไล ออกจากการปกครองของจังหวัดหนองคาย

จังหวัดบึงกาฬ เป็นจังหวัดที่มีการร้องขอให้จัดตั้งขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2537แต่ไม่ผ่านกระบวนการพิจารณาในขณะนั้น และได้มีการนำสู่กระบวนการพิจารณาอีกครั้ง โดยผ่านมติเห็นชอบของ คณะรัฐมนตรี ในวันที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2553 โดยปัจจุบันอยู่ระหว่างการพิจารณาของสภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา และคณะกรรมการกฤษฎีกา เพื่อนำทูลเกล้าฯ เพื่อทรงลงพระปรมาภิไธย และประกาศในราชกิจจานุเบกษาต่อไป โดยจะต้องออกเป็นพระราชบัญญัติการจัดตั้งจึงจะมีผลโดยสมบูรณ์การร้องขอจัดตั้งถูกขอตามข้อเสนอของนายสุเมธ พรหมพันธ์ พนมพันธ์วาว สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคเสรีธรรม จังหวัดหนองคาย โดยแยกพื้นที่อำเภอบึงกาฬ อำเภอปากคาด อำเภอโซ่พิสัย อำเภอพรเจริญ อำเภอเซกา อำเภอบึงโขงหลง อำเภอศรีวิไล และอำเภอบุ่งคล้า ออกจากจังหวัดหนองคาย

การท่องเที่ยวในบึงกาฬจึงแบ่งออกเป็นหลายรูปแบบที่น่าสนใจ ได้แก่ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่ทำให้ผู้มาเยือนได้ใกล้ชิดกับความงดงามของสิ่งแวดล้อม, การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้เรียนรู้และสัมผัสกับประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของชุมชน, รวมถึงการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้บึงกาฬเป็นจุดหมายปลายทางที่หลากหลายและน่าค้นหา ดังนี้

**รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติในจังหวัดบึงกาฬ ได้แก่**

**เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว (อำเภอบุ่งคล้า)** ฝืนป่าใหญ่ของจังหวัดบึงกาฬ และเป็นป่าอนุรักษ์ที่สวยงามที่สุดอีกแห่งหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภายในพื้นที่มีน้ำตกสวยงามหลายแห่ง โดยมีน้ำตกชะแนนเป็นน้ำตกขนาดใหญ่ที่สุด

**น้ำตกเจ็ดสี (น้ำตกกะอาม)** น้ำตกที่มีสายน้ำไหลตกจากหน้าผา ตั้งอยู่ที่บ้านดอนเสียด ตำบลบ้านดง อยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว ด้านทิศตะวันตก เป็นน้ำตกใหญ่และสวยงาม มีทั้งหมด 3 ชั้น เดิมชื่อในภาษาถิ่นเรียกว่า “น้ำตกห้วยกะอาม” (สะอาม) เพราะน้ำตกเกิดจากธารน้ำของห้วยกะอามไหลมาตามหน้าผาหินทรายสูง และแผ่กว้างเป็นทางยาวลงสู่แอ่งน้ำเบื้องล่างที่มีความตื้นและกว้างใหญ่ ต่อมาเรียกว่า “น้ำตกเจ็ดสี” เนื่องจากยามที่ละอองน้ำตกกระทบกับแสงแดดทำให้เกิดเป็นประกายสีรุ้งสวยงาม จากลานจอดรถ เดินเข้าไปประมาณ 800 เมตร จะถึงน้ำตกชั้นแรก และเดินต่อไปอีกประมาณ 200 เมตร จะถึงน้ำตกชั้นที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นลานหินน้ำตกเช่นเดียวกับชั้นแรก ส่วนน้ำตกชั้นที่ 3 ห่างจากลานน้ำตกชั้นที่ 2 ประมาณ 200 เมตร เป็นชั้นที่สวยงามที่สุด และเป็นที่มาของชื่อน้ำตกเจ็ดสี แต่เส้นทางที่จะขึ้นไปต้องปีนป่ายกันเล็กน้อย บางช่วงมีบันไดเหล็กให้เดินขึ้น

ไป และบางช่วงต้องเดินลุยธารน้ำ ซึ่งจะมีเชือกให้เกาะเดินเพื่อความปลอดภัย ชั้นนี้เป็นผาน้ำตกขนาดใหญ่ และมีลานหินเล่นน้ำได้ น้ำไม่ลึก ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวคือฤดูฝน (ข้อมูล : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

**น้ำตกตาดกีนรี (อำเภอบึงโขงหลง)** น้ำตกใหญ่ในอุทยานแห่งชาติภูถ้ำกลั๊ว มีลักษณะเหมือนฝูงโลมาน้ำตกตาดกีนรี เป็นน้ำตกที่มีความสวยงามแห่งหนึ่ง ในจังหวัดบึงกาฬ ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติภูถ้ำกลั๊ว ปัจจุบันมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเป็นจำนวนมาก เพราะมีความสวยงามและสะดวกแก่การเดินทาง สภาพน้ำตกมีความสวยงาม จำนวนชั้นไม่สูงมาก มีความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ น้ำใสไหลเย็น นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวชมความสวยงาม และมาพักผ่อนคลายความร้อนที่น้ำตกแห่งนี้ (ข้อมูล : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

**น้ำตกตาดวิมานทิพย์ (อำเภอบึงโขงหลง)** น้ำตกในอุทยานแห่งชาติภูถ้ำกลั๊ว น้ำตกสูงใหญ่มีน้ำตกลงเต็มหน้าหินคล้ายกับม่าน และบนน้ำตกชั้นที่ 7 จะมีหลุมจำนวนมากคล้ายกับอ่างจากุซซี่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมมากในช่วงฤดูฝน (กรกฎาคม-สิงหาคม) ประกอบด้วยน้ำตกทั้งหมด 7 ชั้น โดยชั้นที่ 3 สามารถมองเห็นได้ตั้งแต่จุดลานจอดรถ ทางเดินเป็นทางเดินธรรมชาติทั้งหมด มีบันไดป็นโคดหิน ดึงเชือก และข้ามฝั่งน้ำตกในชั้นที่ 3 และชั้นที่ 7 เพื่อไป ชั้นต่อไป (ข้อมูลจากสำนักงานอุทยานแห่งชาติ)

**บึงโขงหลง (อำเภอบึงโขงหลง)** ทะเลสาบขนาดใหญ่ที่เป็นพื้นที่อนุรักษพันธุฯ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งน้ำจืดขนาดใหญ่ มีลักษณะรูปทรงคล้ายเขาวัวแคบ ๆ มีเนื้อที่ 8,062 ไร่ มีความยาวประมาณ 13 กิโลเมตร และมีความกว้างประมาณ 2 กิโลเมตร น้ำในบึงมีความลึกโดยเฉลี่ยประมาณ 0.1-1 เมตร จุดที่ลึกที่สุดมีความลึกประมาณ 6 เมตร ต้นน้ำของบึงโขงหลง เกิดจากภูวาวัวและภูถ้ำกลั๊วไหลมารวมกันลงสู่แม่น้ำสงคราม และลงสู่แม่น้ำโขงในที่สุด เมื่อ พ.ศ. 2520 พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มีพระราชดำริให้กรมชลประทานพิจารณาโครงการเก็บกักน้ำเพื่อการเกษตรในฤดูแล้ง ซึ่งดำเนินการแล้วเสร็จเมื่อ พ.ศ. 2523 และได้รับการประกาศเป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงโขงหลง ต่อมา พ.ศ. 2544 บึงโขงหลงได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำระดับนานาชาติ (Wetland of International Importance) อันดับที่ 1,098 ของโลก เนื่องจากมีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ เป็นแหล่งอาศัยของสัตว์น้ำและพืชน้ำจืด พบนกน้ำกว่า 100 ชนิด และนกอพยพมากกว่า 30 ชนิด นอกจากนี้ยังพบปลาบู่แคระที่หาได้ยาก บริเวณบึงโขงหลงยังมี “หาดคำสมบูรณ์” หาดทรายทอดยาว เป็นจุดพักผ่อนหย่อนใจ มีห้วยยาง เรือถีบ ร้านอาหารให้บริการ และยังสามารถชมวิวทิวทัศน์ของบึงโขงหลง โดยมีภูถ้ำกลั๊วตั้งเด่นเป็นฉากหลัง (ข้อมูล : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

**ภูสิงห์ (อำเภอศรีวิไล)** ภูเขาหินทรายสีชมพูที่มีวิวสวยงาม ผจญภัยภูสิงห์ “หินสามวาฬ” เป็นจุดชมวิวยอดนิยมโดดเด่น อยู่ด้านทิศตะวันออกของภูสิงห์ สามารถชมทัศนียภาพป่าและหาดทรายแม่น้ำโขง ตั้งอยู่ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ป่าดงดิบกะลา ป่าภูสิงห์ และป่าดงสีชมพู มีเนื้อที่ 12,000 ไร่ สภาพภูมิประเทศเป็นภูเขาหินทรายทอดตัวไปตามแนวเหนือ-ใต้ ครอบคลุมพื้นที่อำเภอ

เมืองบึงกาฬและอำเภอศรีวิไล ภูสิงห์ เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางธรณีวิทยาของเปลือกโลกในลักษณะต่าง ๆ เกิดการเรียงตัวของก้อนหิน เกิดหน้าผา ถ้ำ ลานหิน และกลุ่มหินรูปทรงต่าง ๆ กระจายอยู่โดยทั่ว สามารถชมพระอาทิตย์ขึ้นและตกได้บนภูเดียวกัน สถานที่น่าสนใจของภูสิงห์ ได้แก่ หินสามวาฬ หินทรายขนาดใหญ่ ติดหน้าผาสูง แยกเป็นสามก้อน มองไกล ๆ หรือมองจากภาพถ่ายทางอากาศ มีรูปร่างคล้ายวาฬพ่อแม่ลูก จึงเรียกว่า “หินสามวาฬ” เป็นจุดชมวิวยุคใหม่ที่สวยงามโดดเด่น อยู่ด้านทิศตะวันออกของภูสิงห์ สามารถยื่นชมทัศนียภาพของป่าภูวัว ห้วยบังบาตร แก่งสะดอก หาดทรายแม่น้ำโขง และภูเขาเมืองปากกระดิ่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทั้งยังเป็นจุดชมพระอาทิตย์ขึ้นยามเช้า บริเวณทางขึ้นภูสิงห์มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและห้องน้ำ แต่ไม่มีบ้านพักและร้านค้าให้บริการ สอบถามข้อมูล ศูนย์บริการข้อมูล ฝ่ายบริหารทั่วไป สำนักงานป่าสงวนแห่งชาติ ป่าดงดิบกะลาฯ โทร. 08 8536 2717 และ 08 8563 8852 (ข้อมูล: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

**ภูทอก (อำเภอศรีวิไล)** ภูเขาที่มีวัดและจุดชมวิวยุคใหม่ที่สวยงาม ภูทอก ภาษาอีสานแปลว่าภูเขาที่โดดเดี่ยว ตั้งอยู่ที่บ้านคำแคน ตำบลนาสะแบง เป็นภูเขาหินทรายมองเห็นได้แต่ไกล ประกอบด้วยภูทอกใหญ่และภูทอกน้อย บริเวณนี้เคยเป็นป่าดิบ มีสัตว์ป่าอาศัยอยู่มากมาย พระอาจารย์จวน กุลเชฏโฐ พระปฏิบัติกรรมฐานสายพระอาจารย์มั่น ภูริทัตตะเถระ ได้เข้ามาจัดตั้งเป็นสถานที่ปฏิบัติธรรม เนื่องจากเป็นสถานที่อันเงียบสงบ

ภูทอกน้อยเป็นที่ตั้งของวัดเจติยาศรีวิหาร (วัดภูทอก) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นเดินเท้าขึ้นสู่ยอดภูทอก โดยต้องเดินไปตามสะพานไม้เวียนรอบเขาสูงชันจนถึงยอด สะพานไม้สร้างขึ้นด้วยแรงศรัทธาของพระ สามเณร และชาวบ้าน เริ่มก่อสร้างเมื่อ พ.ศ. 2512 ใช้เวลานานถึง 5 ปี บันไดที่ขึ้นสู่ยอดภูทอกนี้ เปรียบเสมือนเส้นทางธรรมที่น้อมนำสัตว์บุรุษให้หลุดพ้นด้วยความเพียรพยายามและมุ่งมั่น ภูทอกยังเป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมและปฏิบัติศาสนกิจของชุมชน บันไดทางขึ้นภูทอกแบ่งออกเป็น 7 ชั้น ดังนี้ ชั้นที่ 1-2 เป็นบันไดสู่ชั้นที่ 3 ซึ่งเริ่มเป็นสะพานไม้เวียนรอบเขา สภาพเป็นป่า มีโขดหิน ลานหิน ชั้นที่ 3 มีทางแยกสองทาง ทางซ้ายมือเป็นทางลัดไปสู่ชั้นที่ 5 แต่เป็นทางชันมาก ต้องผ่านอุโมงค์มืดทางขวามือเป็นทางขึ้นสู่ชั้นที่ 4 ชั้นที่ 4 เป็นสะพานไม้เวียนรอบเขา มองไปเบื้องล่างจะเห็นเนินเขาเตี้ย ๆ สลับกัน เรียกว่า “ดงชมพู” บนชั้นที่ 4 นี้ เป็นที่พักของแม่ชี รอบชั้นมีระยะทางเดินประมาณ 400 เมตร มีที่พักระหว่างทางเป็นระยะ ๆ ชั้นที่ 5 หรือชั้นกลาง เป็นชั้นที่สำคัญที่สุด เพราะมีศาลาพระพุทธรูปให้สักการะ มีกุฏิที่อาศัยของพระสงฆ์ แทรกตามช่องหินที่เป็นทางเดิน และมีถ้ำอยู่หลายถ้ำ บนชั้นนี้มีสะพานหินธรรมชาติทอดสู่พุทธวิหาร อันเป็นที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ มีลักษณะแปลกคือ เป็นหินแยกตัวออกมาจากหินก้อนใหญ่ แต่ไม่ตกลงมา เพราะตั้งอยู่อย่างได้ฉากกับพื้นโลกพอดี ปัจจุบันมีสะพานไม้เชื่อมต่อระหว่างสะพานหินกับพุทธวิหาร มองออกไปจะเห็นแนวของภูทอกใหญ่อย่างชัดเจน และมีบันไดเวียนขึ้นสู่ชั้นที่ 6 ซึ่งเป็นชั้นสุดท้ายของบันไดเวียนรอบเขา ชั้นที่ 6 ถือเป็นจุดชมวิวยุคใหม่ที่สวยที่สุด ตลอดทางเดินจะเป็นหน้าผายื่นออกมา ทำให้ในบางครั้งเวลาเดินต้องเบี่ยงตัวออกมาเล็กน้อย โดยแต่ละจุดมีชื่อของหน้าผาที่แตกต่างกัน เช่น ผาเทพนิมิต ผาหัวช้าง และผาเทพ

สถิต ในช่วงฤดูหนาวจะมีทะเลหมอกลอยอยู่รอบ ๆ ยอดภู จากชั้นที่ 6 สู่อันที่ 7 เป็นสะพานไม้เวียนรอบเขายาว 400 เมตร เกาะติดอยู่ริมหน้าผาสูงชัน คุนนำหวาดเสียวอันตราย สิ่งศักดิ์สิทธิ์และจุดนำชมของชั้นนี้คือปากทางเข้าเมืองพญานาค ซึ่งอยู่หลังพระปางนาคปรก มีจุดให้สังเกตคือ มีรอยสีขาวยืดติดกับหินปูน ซึ่งชาวบ้านถือว่าเป็นรอยถลอกที่เกิดจากท้องพญานาคสัมผัสกับหินและมีบ่อน้ำเล็ก ๆ มีน้ำขังตลอดปีอยู่ในบริเวณเดียวกัน ชั้นที่ 7 มีบันไดไม้พาดขึ้นไป และจะเจอทางแยกสองทางเพื่อขึ้นไปบนดาดฟ้า ทางแรกเป็นทางชัน ต้องเกาะเกี่ยวกิ่งไม้และรากไม้ เดินค่อนข้างลำบาก ควรใช้อีกทางหนึ่งซึ่งเป็นทางอ้อม โดยเดินเวียนไปทางขวามือ แต่ก็มาบรรจบกันที่ด้านบนชั้น 7 หรือดาดฟ้า ซึ่งเป็นพื้นที่ป่าโปร่ง มีเนื้อที่ประมาณ 5 ไร่ (ข้อมูล: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

**หนองกุดทิง (อำเภอเมืองบึงกาฬ)** พื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ หนองกุดทิงตั้งอยู่ตำบลโนนสมบูรณ์ ห่างจากตัวอำเภอเมืองบึงกาฬมาทางทิศใต้ 5 กิโลเมตร กุด เป็นภาษาท้องถิ่น หมายถึง บริเวณที่น้ำจากลำห้วยหลายสายไหลมารวมกันกลายเป็นแอ่งน้ำ บึง หรือหนองน้ำขนาดใหญ่ คำว่า ทิง สันนิษฐานว่ามาจากคำว่า กระทิง กุดทิง จึงมีความหมายว่า เป็นแหล่งน้ำที่มีวัชพืชรากงอกขึ้นเป็นจำนวนมาก หนองกุดทิง เป็นหนองน้ำขนาดใหญ่ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 22,000 ไร่ มีระดับความลึกตั้งแต่ 2-10 เมตร เมื่อมองจากทางอากาศจะเห็นหนองน้ำรูปร่างคล้ายปีกผีเสื้อ มีพื้นที่เชื่อมต่อกับแม่น้ำโขง จึงมีความหลากหลายทางชีวภาพ ประกอบด้วยสัตว์น้ำกว่า 250 สายพันธุ์ ปลาที่เป็นเอกลักษณ์ไม่มีที่ใดในโลกกว่า 20 สายพันธุ์ พืชน้ำกว่า 200 ชนิด นกต่าง ๆ กว่า 40 ชนิด ด้วยความอุดมสมบูรณ์ดังกล่าวจึงได้ขึ้นทะเบียนเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ (แรมซาร์) สำคัญของโลก และเป็นแห่งที่ 11 ของประเทศไทย (ข้อมูล: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

**น้ำตกถ้ำพระ (อำเภอเซกา)** แหล่งน้ำตกสวยงามในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว ตั้งอยู่ที่บ้านถ้ำพระ ตำบลโสกก่าม อยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูวัว เช่นเดียวกับน้ำตกเจ็ดสี มีน้ำเฉพาะในฤดูฝนเท่านั้น บริเวณน้ำตกเจียบสงบและร่มรื่น เป็นที่ตั้งของสำนักสงฆ์ เมื่อเดินขึ้นมาบนลานหินด้านหลังจะพบหุบเขาเอื้องกระซิบขนาดกว้างประมาณ 200 ตารางเมตร น้ำตกจะไหลผ่านหน้าผากกว้างราว 100 เมตร สูงประมาณ 50 เมตร และไหลรวมกันลงไปแอ่งเบื้องล่าง น้ำตกถ้ำพระแบ่งเป็น 3 ชั้น น้ำตกชั้นแรก (ด้านล่าง) เป็นธารน้ำตกไหลลดหลั่นลงสู่แอ่งกันกระซิบ มีน้ำล้น เหมาะสำหรับคนว่ายน้ำเป็น น้ำตกชั้นที่ 2 เป็นลำธารหลายสาย มีสายน้ำไหลแรง น้ำตื้น จึงมีนักท่องเที่ยวไปเล่นน้ำกันมาก โดยเฉพาะกิจกรรมสไลเดอร์ไปตามสายน้ำที่ไหลเป็นทางยาวไปตามแนวโขดหิน ธารน้ำตกในช่วงกลางนี้มีพื้นที่ยาวไปจนถึงฝายทดน้ำ และมีด้านหนึ่งเป็นเพิงผา ริมเพิงผาประดิษฐานพระพุทธรูป ศิลปะพื้นบ้าน 2 องค์ นักท่องเที่ยวนิยมมากกราบไหว้ขอพร สันนิษฐานว่าอาจเป็นที่มาของชื่อ น้ำตกถ้ำพระ จากนั้นเหนือฝายขึ้นไปจะมีบันไดเดินขึ้นไปสู่น้ำตกชั้นที่ 3 มีสายน้ำไหลลงสู่แอ่งน้ำตื้นเบื้องล่าง (ข้อมูล: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

**หาดทรายขาว (อำเภอเมืองบึงกาฬ)** หาดทรายขาวริมแม่น้ำโขงที่สวยงาม ชมสิ่งมหัศจรรย์ริมโขงยามหน้าแล้ง ณ หาดทรายขาวริมโขง ระหว่างเดินทางกลับมาพักกันในเมือง เราได้ไปแวะชมหาดทรายขาวริมแม่น้ำโขง โดยหาดทรายที่นี่เป็นหาดทรายจริงๆ ที่เกิดจากการพัดพาของตะกอน

ทรายในช่วงน้ำหลาก บางมุมเป็นเนินทรายขนาดใหญ่มองดูคล้ายทะเลทรายเลยทีเดียว และที่สำคัญสถานที่แห่งนี้จะโผล่มาให้เห็นในช่วงหน้าหนาวถึงหน้าร้อนนี้เท่านั้น นักท่องเที่ยวสามารถลงไปเดินเล่นถ่ายรูปปรับลมยามเย็น หรือจะนั่งมองวิวที่เรียบสงบของฝั่งลาวก็ดีไม่แพ้กัน (ข้อมูล: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

### รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมในจังหวัดบึงกาฬ

**วัดสว่างอารมณ์ (อำเภอปากคาด)** วัดที่มีโบสถ์บนก้อนหินใหญ่และจุดชมวิว ตั้งอยู่ในตำบลปากคาด ริมริ้นด้วยต้นไม้และมีลำธารเล็ก ๆ ไหลผ่านบนก้อนหินทรายขนาดใหญ่เป็นที่ตั้งของพระอุโบสถทรงระฆังคว่ำ ส่วนถ้ำด้านล่างเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปไสยาสน์องค์ใหญ่ ปางปรินิพพาน บริเวณด้านบนของก้อนหินเป็นจุดชมวิวทัศนียภาพที่สวยงามของแม่น้ำโขง สันนิษฐานว่าบริเวณนี้เดิมเป็นที่อยู่ของชาวบ้านปากคาด ซึ่งอพยพมาจากบ้านปากกล้วย เมืองปากซัน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และลักษณะพื้นที่สมัยก่อนยังเป็นป่าดงดิบรกทึบ เต็มไปด้วยสัตว์ป่านานาชนิด ในแต่ละปีจะมีพระภิกษุเดินธุดงค์มาพักอยู่เป็นประจำ เพราะเป็นสถานที่เงียบสงบ เหมาะแก่การปฏิบัติธรรม ต่อมาพระอธิการต๋อน อินทสโร หรือหลวงปู่ต๋อน ซึ่งเป็นพระที่ชาวบ้านปากคาดเคารพนับถือ ได้สร้างและพัฒนาวัดจนมีความเจริญเช่นในปัจจุบัน เหตุที่เรียกกันอีกชื่อว่า “วัดศรีธน” นั้นสันนิษฐานว่า วัดแห่งนี้อยู่ใกล้กับเมืองเบ็ญจนาครราช ซึ่งเป็นเมืองของท้าวศรีธน (ข้อมูล: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

**ตลาดสองฝั่งโขง (อำเภอเมืองบึงกาฬ)** ตลาดที่มีพ่อค้าแม่ค้าทั้งคนไทยและคนลาว ตลาดไทยลาว มีทั้งคนไทยและคนลาว เอาสินค้ามาค้าขายกัน ทั้งของป่า ของหายากจากฝั่งลาว แต่ส่วนใหญ่เป็นพืช ผัก และอาหารพื้นเมืองตามฤดูกาล ของใช้ในครัวเรือน เครื่องอุปโภคบริโภค เสื้อผ้าพื้นเมือง สินค้ามือสอง รวมไปถึงพันธุ์ไม้ต่างๆ เป็นตลาดริมแม่น้ำโขง ที่มีพ่อค้าแม่ค้าทั้งคนไทย และคนลาวข้ามพากมาเปิดขายสินค้าในท้องถิ่นกันอย่างคึกคัก ทั้งอาหารสด อาหารแห้ง เสื้อผ้า ของกินพื้นถิ่น เดินเล่นชิลล์ๆ ในบรรยากาศแบบพื้นบ้าน ติดตลาดเฉพาะวันอังคารกับวันศุกร์ (ข้อมูล: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

### รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ

**แก่งอาฮง (อำเภอเมืองบึงกาฬ)** จุดที่มีความลึกที่สุดในแม่น้ำโขง และเป็นสถานที่เกิดปรากฏการณ์ "บั้งไฟพญานาค" แก่งอาฮง หรือ สะตือแม่น้ำโขง ตั้งอยู่บริเวณหน้าวัดอาฮงศิลาวาส ต. หอค้า อ.เมือง จ.บึงกาฬ ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 21 กิโลเมตร ว่ากันว่าเป็นจุดที่แม่น้ำโขงมีความลึกที่สุด ซึ่งไม่สามารถวัดระดับความลึกได้ ทั้งยังเป็นบริเวณที่น้ำไหลเชี่ยวกรากมาก โดยเฉพาะช่วงฤดูน้ำหลาก เหตุที่ไม่สามารถวัดระดับความลึกได้นั้น ก็เนื่องจากบริเวณนี้มีลักษณะเป็นน้ำวน มีกระแสน้ำไหลวนเป็นรูปกรวยขนาดใหญ่ มองเห็นได้อย่างชัดเจนจากบริเวณวัด ชาวบ้านจึงเชื่อกันว่าเป็น "สะตือแม่น้ำโขง" ตามตำนานเล่าสืบต่อกันว่าบริเวณสะตือแม่น้ำโขงจะมีถ้ำใต้น้ำและโขดหินใหญ่อยู่บริเวณทางฝั่งประเทศลาวตรงข้ามกับวัดอาฮงศิลาวาส เป็นที่ชุมนุมของเหล่าพญานาคในวันออก

พรรษาเพื่อทำบุญบั้งไฟเป็นพุทธบูชาพร้อมกับมนุษย์ จึงเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ แต่ละปีบริเวณนี้มีบั้งไฟพลุณาคขึ้นเป็นจำนวนมาก (ข้อมูล: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

**วัดอาสงศิลาวาส (แก่งอาสง)** ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง ตำบลโคสี ห่างจากอำเภอเมืองบึงกาฬ 21 กิโลเมตร บริเวณวัดกว้างขวางและสวยงาม เป็นที่ประดิษฐาน พระพุทธรูปความันต์ศาสดา หล่อด้วยทองเหลือง ลักษณะคล้ายกับพระพุทธรชินราช เชื่อกันว่าลำน้ำโขงบริเวณหน้าวัดเป็นจุดที่ลึกที่สุดในแม่น้ำโขง หรือเรียกกันว่า สะดือแม่น้ำโขง ได้เคยมีการวัดโดยใช้เชือกผูกกับก้อนหินหย่อนลงไปได้ถึง 98 วา ในฤดูน้ำหลากกระแสน้ำจะไหลวนเป็นรูปกรวยขนาดใหญ่ เมื่อรูปกรวยแตก จะมีเสียงคล้ายกระแสน้ำไหลเซาะโขดหินแล้วจะค่อยๆ หายไป เมื่อกระแสน้ำเซียวมาอีกก็จะก่อตัวขึ้นใหม่เกิดสลับกันตลอดทั้งวัน ส่วนหน้าแล้งในเดือนมีนาคม-พฤษภาคม จะมองเห็นแก่งชัดเจน (ข้อมูลจากสำนักงานแรงงาน จังหวัดบึงกาฬ)

**วัดโพธาราม (วัดหลวงพ่อพระใหญ่ อ.เมืองบึงกาฬ)** ตั้งอยู่ที่บ้านท่าไคร้ หมู่ที่ 5 ตำบลบึงกาฬ ห่างจากอำเภอเมืองบึงกาฬ 5 กิโลเมตร ตามทางหลวงหมายเลข 212 (บึงกาฬ-นครพนม) เป็นที่ประดิษฐานหลวงพ่อพระใหญ่ พระพุทธรูปปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 2 ศอก 1 คืบ (5 ฟุต 4 นิ้ว) ประดิษฐานบนแท่น 4 เหลี่ยม ซึ่งได้บูรณะขึ้นใหม่ในปี 2537 ชาวบึงกาฬได้จัดให้มีการสมโภชหลวงพ่อพระใหญ่ ปีละ 2 ครั้ง คือ ประเพณีบุญเดือน 3 หรือบุญข้าวจี่ มีการถวายปราสาทผึ้งด้วย และประเพณีสงกรานต์หลวงพ่อพระใหญ่ จัดงานสัปดาห์หลังเทศกาลสงกรานต์

พระพุทธรูปนี้ ให้ความเจริญรุ่งเรือง มีตำแหน่งการงานที่ใหญ่ขึ้น มีโชคลาภแคล้วคลาดปลอดภัย การสักการะ บนบาน สักการะด้วยดอกไม้ ธูปเทียน และบนบานด้วยบั้งไฟ ตะไล ซึ่งในอุโบสถจะให้ผู้ชายเท่านั้นเข้าไปกราบไหว้ ส่วนสุภาพสตรีให้กราบไหว้ บนบาน หน้าอุโบสถ (ข้อมูลจากสำนักงานแรงงาน จังหวัดบึงกาฬ)

**ศาลเจ้าแม่สองนาง (อ.เมืองบึงกาฬ)** ศาลเจ้าแม่สองนาง ตั้งอยู่หน้าโรงพยาบาลบึงกาฬ ในตลาดอำเภอเมืองบึงกาฬ โดยปกติประชาชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำโขงจะเสียชีวิตในลำน้ำโขงปีละหลายคน ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นการกระทำของเทพเจ้าทางน้ำ ชาวบ้านจึงจัดให้มีพิธีบวงสรวงเจ้าแม่สองนางเพื่อเป็นสิริมงคลและให้คุ้มครองผู้ที่ประกอบอาชีพทางน้ำให้พ้นจากภัยอันตราย ชาวบ้านนิยมสักการะเพื่อขอให้การค้าขายเจริญรุ่งเรือง การเดินทางแคล้วคลาดปลอดภัย โดยเฉพาะทางน้ำใช้ดอกไม้ ธูปเทียน พวงมาลัย มะพร้าวอ่อน และน้ำแดง ในการสักการะ (ข้อมูลจากสำนักงานแรงงาน จังหวัดบึงกาฬ)

**วัดเชกาเจติยาราม** วัดเชกาเจติยาราม เดิมชื่อ วัดบ้านเซกา ได้รับอนุญาตตั้งวัดเมื่อวันที่ ๒๓ พ.ย.๒๕๒๕ โดยพระครูสันติปัญญาภรณ์ ได้มาก่อสร้างวัดเมื่อ พ.ศ. ๒๕๑๘ ได้ขอเปลี่ยนชื่อวัดบ้านเซกาเป็นชื่อวัดเชกาเจติยาราม เมื่อวันที่ ๒๙ ธ.ค. ๒๕๕๒ ปัจจุบัน ได้รับการแต่งตั้งเป็นวัดพระอารามหลวงประจำจังหวัดบึงกาฬ สิ่งสำคัญในศาสนสถาน ได้แก่ พระเจ้ามูลเมืองเซกา ประดิษฐานในอุโบสถ ศาลาเฉลิมพระเกียรติ ๗๒ พรรษา บรมราชินีนาถ พระธาตุกตัญญูบรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ จัดกิจกรรมบรรพชาสามเณรภาค

ฤดูร้อน และจัดกิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา วัดเขากาเจติยารามเดิมชื่อวัดบ้านเขกาได้รับอนุญาตตั้งวัดเมื่อวันที่ 23 พ.ย. 2525 โดยพระครูสันติ ปัญญาภรณ์ ได้มาก่อนสร้างวัดเมื่อ พ.ศ. 2518 ได้ขอเปลี่ยนชื่อ วัดบ้านเขกา เป็นชื่อ วัดเขากาเจติยาราม เมื่อวันที่ 29 ธ.ค. 2552 ปัจจุบันได้รับการแต่งตั้งเป็นวัดพระอารามหลวงประจำจังหวัดบึงกาฬ (ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

จังหวัดบึงกาฬมีทั้งธรรมชาติที่สวยงามและวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ทำให้เป็นจุดหมายที่ยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวในภาคอีสาน

## 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถาปนิก นามวงษ์ (2558) ได้ศึกษาการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านนาต้นจัน ตำบลบ้านดึก อำเภอสรีสชนาลัย จังหวัดสุโขทัย นั้น ได้ผลสรุปของการศึกษาว่า การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ก่อให้เกิดรายได้เสริมที่เพียงพอต่อการดำรงชีพของชาวบ้านนาต้นจันอีกทั้งยังก่อให้เกิดความสามัคคี และการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิกในชุมชน ที่เป็นผลมาจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่เช่นกัน อันเกิดการพัฒนาในหลายด้าน เช่น ด้านสังคม วัฒนธรรม ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย โดยผลการศึกษาได้แบ่งพัฒนาการด้านการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนนาต้นจันออกเป็น 5 ระยะ คือ

1. ระยะแห่งแรงบันดาลใจ (พ.ศ.2534 - พ.ศ.2536) รวมระยะเวลา 2 ปี ซึ่งหมายถึง สภาพการณ์หรือบริบทในสังคมทั้งภายนอกและภายในมีอิทธิต่อการกระตุ้นจิตใจให้เกิดการพัฒนาและรวมกลุ่ม เพื่อให้ความเป็นอยู่ของชีวิตดีขึ้น

2. ระยะการเริ่มต้น (พ.ศ.2537 - พ.ศ.2540) รวมระยะเวลา 3 ปี ซึ่งหมายถึง ระยะที่เริ่มวางแผนศึกษาข้อมูล พุดคุยและแสวงหาความร่วมมือสู่การปฏิบัติ คือ การกระตุ้นและชักจูงให้ประชาชนในหมู่บ้านสนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิก

3. ระยะสู่การปฏิบัติการ (พ.ศ.2541 - พ.ศ.2546) รวมระยะเวลา 5 ปี หมายถึง ระยะเวลาในการลงมือจากที่มีการวางแผนไปสู่การลงมือปฏิบัติและการแสวงหาพันธมิตรจากภายนอก เพื่อการสนับสนุน

4. ระยะแตกหน่อเติบโต (พ.ศ.2547 - พ.ศ.2551) รวมระยะเวลา 4 ปี หมายถึง ช่วงระยะเวลาที่ดำเนินการขยายผลไปสู่หมู่บ้านอุตสาหกรรมเพื่อการท่องเที่ยวของบ้านนาต้นจัน

5. ระยะผลิดอกออกผล (พ.ศ.2552 - พ.ศ.2558) รวมระยะเวลา 6 ปี หมายถึง ช่วงที่การพัฒนาเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบทเพื่อการท่องเที่ยวนั้น เริ่มก่อให้เกิดผลประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมต่อคนในชุมชน

เจนจิรา อักษรพิมพ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา ได้ผลการศึกษาว่า 1) ความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่องเที่ยวที่มีผู้นำกลุ่มที่มีความมุ่งมั่น มีความรู้ความสามารถและความเข้าใจบริบทในการจัดการท่องเที่ยว กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนมีการสร้างความร่วมมือทั้งในระดับแนวตั้งและแนวนอน แต่เป็นเพียง

การมีส่วนร่วมในระดับของการปฏิบัติ ยังขาดการสร้าง ความร่วมมือในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวชุมชน นอกจากนี้กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนมีความสามารถในการใช้สื่อและช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายแต่ทำอย่างไม่ต่อเนื่อง จากการศึกษาพบว่า ทุกกลุ่มมีแนวทางในการจัดสรรรายได้ที่เป็นธรรมแก่คนในชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ถึงแม้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวชุมชนอาจจะไม่มากพอต่อการดำรงแต่ชาวบ้านก็ยอมรับเรื่องการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เพราะทำให้เกิดความภาคภูมิใจในการได้นำเสนอวิถี วัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนของตน อย่างไรก็ตามในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ชาวบ้านยังให้ความสำคัญกับการดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในบริเวณชุมชนของตน อีกทั้งกลุ่มยังตระหนักถึงการรักษาวิถีชีวิตของชุมชนให้คงอยู่แต่ปัญหาหนึ่งที่หลายชุมชนประสบก็คือ การขาดคนสืบทอดวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอกลยุทธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมาตามกรอบของรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน SEE Model ได้แก่ มิติด้านสังคม-วัฒนธรรม (Social-Culture) มิติด้านเศรษฐกิจ (Economic) และมิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental)

อภิสร่า กวางศิริ (2561) ศึกษาการวิเคราะห์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไร่ทองซิง จังหวัดเชียงใหม่ ตามเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย (CBT Thailand) พบว่า มีการบริหารจัดการในระดับดีเยี่ยมในทุกด้านที่ทำการวิเคราะห์ ประกอบด้วยด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ร้อยละ 100) ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคมและคุณภาพชีวิตที่ดี (ร้อยละ 100) ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน (ร้อยละ 100) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (ร้อยละ 100) ด้านคุณภาพการบริการและการความปลอดภัยซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จระดับสูงสุดในการพัฒนาชุมชนบ้านไร่ทองซิงโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือเป็นหลักที่คำนึงถึงความยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของประชาชน ตามเป้าหมายของเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย (CBT Thailand)

จุดแข็งหนึ่งของชุมชนบ้านไร่ทองซิง คือ การมีผู้นำและแกนนำชุมชน มีศักยภาพมีการบริหารงานอย่างเป็นเอกภาพ มีความเข้มแข็ง เน้นการมีส่วนร่วมของทุกบ้าน รวมถึงแกนนำและคณะกรรมการหมู่บ้าน เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ โดยเมื่อพิจารณาจุดแข็งในข้อดังกล่าววิเคราะห์ร่วมกับผลการศึกษาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไร่ทองซิง จังหวัดเชียงใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย (CBT Thailand) ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การขึ้นอยู่กับตัวผู้นำและภาวะผู้นำที่สามารถใช้อิทธิพลดึงดูดใจและผลักดันคนให้ยินยอมพร้อมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์การไม่ว่าผู้นำนั้นจะได้ตำแหน่งมาเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ตาม

Ngoc, K.N. & Trinh, N.T, (2015) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเยี่ยมชมเมืองหวงเต่าในประเทศเวียดนามเป็นการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยคั่นกลางด้านความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของแหล่ง

ท่องเที่ยวได้แก่ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานปัจจัยด้านราคาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่มีนัยสำคัญ และผลกระทบในเชิงบวกความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำส่วนความปลอดภัยและการจัดการด้านระบบรักษาความปลอดภัยมีนัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

Cam Nostrand. Kolasa, B. J, (1969) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในเมืองญาจางประเทศเวียดนามผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับอาหารพื้นบ้าน สภาพแวดล้อมวัฒนธรรม และปัจจัยพื้นฐานทางสังคม ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่ได้คำนึงถึงกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจและความบันเทิง ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นผลให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการเยี่ยมชมเมืองญาจางเท่าที่ควรแต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแล้วมีความรู้สึกพึงพอใจต่อการเยี่ยมชมเมืองญาจางจะมีความตั้งใจแนะนำนักท่องเที่ยวรายอื่น ๆ มาท่องเที่ยวมากกว่าตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำนอกจากนี้จากการศึกษาวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) พบว่า การรับรู้คุณภาพการแสวงความหลากหลายและความแปลกใหม่จากการเดินทางท่องเที่ยวมีนัยสำคัญและมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อความพึงพอใจส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เกี่ยวกับอายุมีอิทธิพลในทางลบต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำส่วนความพึงพอใจมีนัยสำคัญและมีความสำคัญในเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการแนะนำนักท่องเที่ยวรายอื่นๆ

นวนลน้อย ธนะชัยศรี (2552) ได้ศึกษาศักยภาพชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวก เพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและเพื่อศึกษาแนวทางในการส่งเสริมศักยภาพชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวก เพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ดำเนินการวิจัยด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกพื้นที่ศึกษา ในอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ตลาดน้ำดำเนินสะดวกมีวิถีชีวิตของชุมชนที่เรียบง่าย มีความสะดวกสบายการเดินทางใช้เรือพายและเรือยนต์ในลำคลองดำเนินสะดวก จะเป็นที่นั่งของเรือพายใหญ่น้อยนับร้อยๆลำมาชุมนุมซื้อขายสินค้าการเกษตรและสินค้าที่ถดถอยพื้นเมือง ผู้เป็นเจ้าของเรือสวมเสื้อผ้าสีทึบ สวมหมวกและงอบใบลานสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศแล้วปรากฏการณ์เช่นนี้ถือเป็นสิ่งมหัศจรรย์อย่างหนึ่งทีเดียว สำหรับศักยภาพชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่มีมาก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเช่น วัดโชติทายการามเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ บ้านเจ๊กฮวดมหาดเล็ก สมัยโบราณวัดราษฎร์เจริญธรรม วัดหลักกרתนาราม วัดโคกหลวง นอกจากเป็นโบราณสถานแล้ว ยังร่มรื่นไปด้วยต้นลำต้นขนาดยักษ์ วัดประสาธลสิทธิ์เป็นวัดที่ประดิษฐานรูปปั้นหลวงปู่ไทรรัตนโรจนฤทธิซึ่งชาวบ้านนับถือและศรัทธาในความศักดิ์สิทธิ์แนวทางการส่งเสริมศักยภาพชุมชนตลาดน้ำดำเนินสะดวกเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ท้องถิ่น ประชาชน และเอกชนทุกหน่วยงานร่วมมือร่วมใจกันอนุรักษ์

ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การฟื้นฟูเศรษฐกิจพื้นฐานในระดับชุมชน สร้างรายได้ให้มีคุณค่าทางวัฒนธรรม สิ่งเหล่านี้สามารถยืนอยู่บนฐานรากของตัวเอง ตามการจัดโครงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัดต่างๆ ในเขตอำเภอดำเนินสะดวก จัดทำแผนแม่บทในอนุรักษ์วัดไทยให้ยั่งยืน เอกชนต้องช่วยกันสร้างความประทับใจโดยการให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวท้องถิ่นควรมานโยบายด้านการอนุรักษ์แหล่งศิลปกรรม วัฒนธรรมและโบราณคดี ให้เป็นแผนปฏิบัติการโดยเน้นให้มีผลในทางปฏิบัติและให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำแผนการดำเนินงานปกป้องคุ้มครองและฟื้นฟูโดยจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาจังหวัดและท้องถิ่นนำกฎหมายของหน่วยงานต่างๆมาใช้เป็นมาตรการในการปกป้องและฟื้นฟูแหล่งศิลปกรรมวัฒนธรรม ต้องรณรงค์ให้ประชาชนคนในท้องถิ่น ศึกษาหลักไตรสิกขา เพื่อจะได้มีจิตสำนึก และคุณธรรม เพื่อจะได้นำมาปฏิบัติตามจะช่วยทำให้ชุมชนนี้เกิดการฟื้นฟู มีความเจริญรุ่งเรืองปัจจุบันการบริหารจัดการส่วนใหญ่บริหารงานโดยเอกชน และเทศบาลตำบลดำเนินสะดวกได้มีส่วนร่วม มีกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำ เพิ่มมากขึ้น มีการใช้ทรัพยากรร่วมกันมีส่วนร่วมในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับความต้องการกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนควบคู่ไปกับการรักษามรดกทางด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา การจัดสรรผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมและการประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอโดยให้ชุมชน มีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนมีส่วนร่วมในการสนับสนุนกิจกรรมของตลาดน้ำ การประชาสัมพันธ์ การผลิตและการพัฒนาให้เจริญต่อไป

มาฆะ, ขิตตะสังคะ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง "การศึกษาการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนกรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่และแม่ฮ่องสอน" ผลของการศึกษารูปได้ว่า ชุมชนหมู่บ้านชาติพันธุ์ทั้ง 12 หมู่บ้านแสดงศักยภาพความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังคงรักษาวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมไม่กลืนกลายตามความทันสมัยตามข้อค้นพบดังนี้ (1) ความพร้อมของชุมชนกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (2) การศึกษาผลกระทบระหว่างปัจจัยภายนอกต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนพบมีความสัมพันธ์ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ (3) แนวทางการบริหารจัดการการพัฒนาคุณภาพ และการจัดการบริการด้านอาหารมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (4) การพัฒนาโครงสร้างคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวและระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น สามารถทำการเสนอแผนพัฒนาปรับปรุงขึ้นใหม่ตามสาระสำคัญดังนี้ (1) ร่วมตกลงทำความเข้าใจเส้นทางท่องเที่ยวและขอบเขตพื้นที่กิจกรรมการท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงกับระบบเส้นทางถนนที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปได้ถึง (2) ร่วมตกลงเสริมฐานการท่องเที่ยวและขอบเขตพื้นที่กิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความต่อเนื่องและอาจเพิ่มเติมพัฒนาสถานที่พักผ่อนบริเวณจำหน่ายของที่ระลึกและร้านอาหารและเครื่องดื่ม (3) ร่วมทำการปรับปรุงและให้ความสำคัญต่อกิจกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบันและร่วมพัฒนาฐานท่องเที่ยวใหม่ (4) ร่วมทำการขยายพื้นที่กิจกรรมท่องเที่ยวเมื่อพิจารณาถึงศักยภาพในความเป็นไปได้ (5) ร่วมทำการกำหนดบริเวณการเข้าถึงเขตพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นเช่น แสดงประตูทางเข้าและสิ่งอำนวยความสะดวกที่

แสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวได้เข้าใจเมื่อเดินทางมาถึง (6) ร่วมทำการพัฒนาเส้นทางย่อยไปสู่บริเวณที่ทำการขยายพื้นที่กิจกรรมท่องเที่ยวเช่น มีรถยนต์นำไปสู่จุดชมวิวของหมู่บ้าน

มาโนช พรหมปัญญา, & คณะ. (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวถูกดำเนินตามภายใต้นโยบายระดับชาติ ระดับจังหวัด และระดับองค์กร โดยได้ระบุปัญหาของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนขึ้นนั้นยังขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน แหล่งท่องเที่ยวขาดเสน่ห์ที่ดึงดูดการถ่ายทอดความรู้ทางศาสนาโดยมัคคุเทศก์ การสนองความต้องการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องพัฒนากระบวนการสื่อสาร แหล่งท่องเที่ยวความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูงแต่การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวถูกเรียกร่องอยู่ในระดับกลางศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีนั้น ไม่ว่าจะเป็นด้านอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ที่โดดเด่นและภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริการที่พัก และอื่นๆ ส่วนหน่วยงานต่างๆ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนนั้น ควรส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในการวางแผนยุทธศาสตร์และกำหนดนโยบายต่างๆ โดยเน้นถึงสาระสำคัญของพุทธศาสนามากกว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ส่วนการดำเนินนโยบายนั้นควรดำเนินตามตัวชี้วัดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จากการวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่ามีความเกี่ยวข้องกับทั้งสามมิติของการจัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก ไม่พบการศึกษาในด้านสิ่งแวดล้อมงานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวแทน

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวยและ ปิย สุทธิสุสติ (2565) ได้ศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศิลป์ วัดปงสนุกเหนือตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า วัดปงสนุกเหนือ มีสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปและศักยภาพของพื้นที่เหมาะสมต่อการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงพุทธศิลป์ โดยมีจุดเด่นในเรื่องของศิลปะทางศาสนาและในเรื่องของประวัติความเป็นมาของวัดปงสนุกเหนือ และมีพิพิธภัณฑสถานพุทธศิลป์ที่เป็นเอกลักษณ์ของทางวัดปงสนุกเหนือ มีรูปปั้นของพระพุทธรูปที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นจุดเด่นที่เหมาะสมแก่การให้นักท่องเที่ยวเข้ามาศึกษาในเรื่องพุทธศิลป์ แนวทางส่งเสริมควรมีการปรับปรุงและพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยเฉพาะด้านการเข้าถึงควรมีรถโดยสารประจำทาง จุดจอดรถ ป้ายบอกทางต่างๆ ไปยังแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่จัดแสดงงานพุทธศิลป์ด้านต่างๆ ภายในบริเวณวัด รวมไปถึงร้านค้า สถานที่จำหน่ายของที่ระลึกหรือหนังสือข้อมูลต่างๆ และควรมีแนวทางการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในสื่อทุกช่องทาง ถึงกิจกรรมและสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านต่างๆ รวมไปถึงการจัดให้มีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นหรือยุวมัคคุเทศก์เพื่อนำชมและเป็นการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชิงพุทธศิลป์ วัดปงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ให้ดีมากยิ่งขึ้นต่อไป

จากการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว พบว่ามีความเกี่ยวข้องทั้ง 3 มิติตัวแปรที่มีการนำเสนอในมิติด้านสังคม มิติด้านเศรษฐกิจและด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

พระมหานัฐกิตติ อนารโท, พระครูสิริสุตถาภรณ์ และพระวิมาน คมภีรปญโญ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่า ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า การท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปัจจุบันเป็นทางเลือกหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยม แต่จะมีปัญหาเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังไม่เพียงพอ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสม โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่ามี 14 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวเชิงปฏิบัติธรรม การศึกษาธรรมะ การเรียนรู้ การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับวัฒนธรรมท้องถิ่นการท่องเที่ยวประวัติ/ผลงาน ปฏิบัติ การพักผ่อน การแสวงบุญ เพื่อสุขภาพ ศึกษาวิถีชีวิตพระสงฆ์ เยี่ยมชมศิลปะ/จิตรกรรม และท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพระสงฆ์สายวัดป่า ส่วนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกออกเป็น 6 กลุ่มยุทธศาสตร์ ดังนี้ 1) ยุทธศาสตร์การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4) ยุทธศาสตร์การบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 5) ยุทธศาสตร์การเผยแผ่พระพุทธศาสนาในรูปของการท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 6) ยุทธศาสตร์การเฝ้าระวังปัญหาจากการท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่ามีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวหลากหลายถึง 14 รูปแบบ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การปฏิบัติธรรม การศึกษาธรรมะ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไปจนถึงการเยี่ยมชมศิลปะและจิตรกรรมของวัดป่า รูปแบบเหล่านี้เป็นฐานที่ดีสำหรับการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดอุดรธานี เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดอุดรธานี แนวทางการพัฒนาสามารถสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 6 กลุ่มยุทธศาสตร์มาใช้ในการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดอุดรธานี จะช่วยสร้างความสอดคล้องและความสมดุลระหว่างการพัฒนาทางกายภาพและจิตวิญญาณของการท่องเที่ยว ทำให้จังหวัดอุดรธานีกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวสามารถมาสัมผัสประสบการณ์ทางศาสนาและวัฒนธรรมที่ลึกซึ้งและยั่งยืนได้

การจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถสร้างประโยชน์ในมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องมีการบูรณาการและการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอนาคต

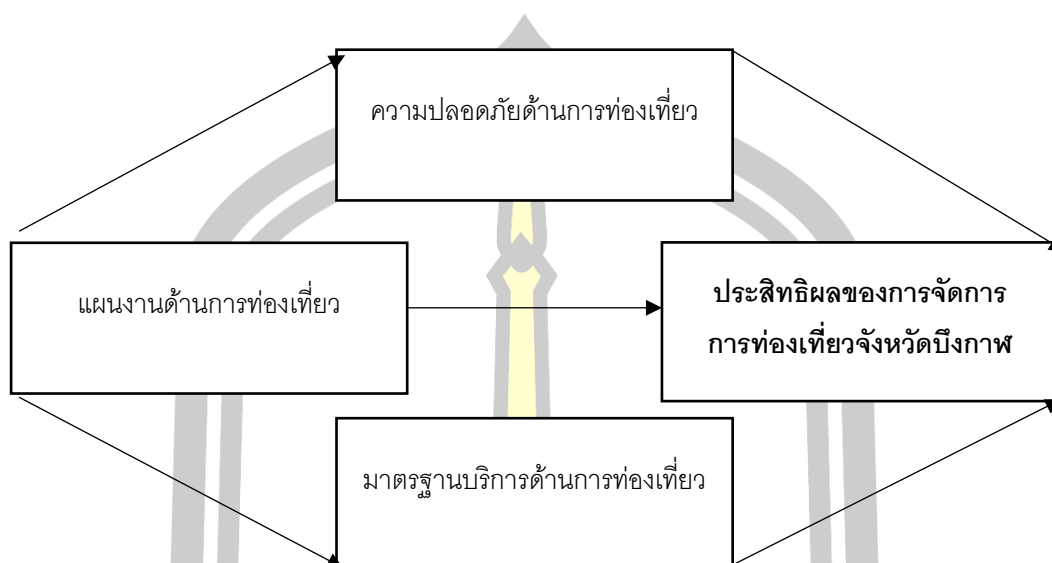
Variddhimetī, P. A., Vajirapañño, P. D., Thitapanyo, P. M., & Hanpong, P. N. (2023) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาจังหวัดนครพนม พบว่า การเสริมสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธ ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธกระจายอยู่ทั่วทุกจังหวัด ในแต่ละบริบทพื้นที่ก็มีความแตกต่างกัน มีเรื่องราวความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีปัจจัยหลายประการ สรุปได้ดังนี้ (1) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดี (2) กระบวนการด้านสิ่งแวดล้อม (3) องค์กรในการดำเนินงาน (4) กระบวนการทางกฎหมายและจริยธรรม (5) ทักษะที่ดี (6) การพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ (7) ผู้นำเครือข่ายที่มีความรู้และคุณธรรม (8) การสร้างสรรค์กิจกรรมที่ดีร่วมกันอย่างต่อเนื่อง (10) ความจริงใจและจริงจัง (11) ความเสมอภาค รูปแบบการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาจังหวัดนครพนม สำหรับวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนได้ร่วมกันพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนา ด้านประเพณีวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ การอนุรักษ์ และการเรียนรู้ รูปแบบการพัฒนาเครือข่ายการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาจังหวัดนครพนม มี 5 รูปแบบ คือ (1) รูปแบบที่มีวัดเป็นฐานในการพัฒนา กิจกรรม (2) รูปแบบการบริหารจัดการร่วมกับชุมชน (3) รูปแบบการจัดนิทรรศการเป็นศูนย์กลาง พิพิธภัณฑสถาน (4) รูปแบบการจัดทำเว็บไซต์สำหรับพระสงฆ์ (5) รูปแบบการบริหารจัดการร่วมกับส่วนราชการ

Maneenetr, T. (2008) ได้ศึกษาเรื่องวัดเขมรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย: แผนเสนอการพัฒนาการท่องเที่ยว งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับวัดเขมรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เพื่อเสนอแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นวัดเขมรจำนวน 7 แห่ง ตั้งอยู่ใน 4 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ และศรีสะเกษ และสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นวัด ได้แก่ ปราสาทพิมาย ปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ กลุ่มปราสาทตาเมือน ปราสาทศรีขรภูมิ ปราสาทสระกำแพงใหญ่ และปราสาทพระวิหาร จากการศึกษาครั้งนี้ นักวิจัยพยายามใช้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกุญแจสำคัญในการอนุรักษ์คุณค่าและความสำคัญของมรดกทางสถาปัตยกรรมและภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมของสถานที่ท่องเที่ยวเขมร นอกจากนี้ แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังพยายามคำนึงถึงคุณค่าทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้โดยรอบสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือเพื่อส่งเสริมความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวเขมรของประเทศไทย โดยมุ่งหวังที่จะปรับปรุงการเข้าถึงสำหรับผู้เยี่ยมชม จุดมุ่งหมายคือเพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นมีการจัดการที่ดีเกี่ยวกับแหล่งสำคัญแต่ละแห่งและเน้นย้ำถึงลักษณะเฉพาะของแหล่งเหล่านั้นในลักษณะที่จะช่วยอนุรักษ์แหล่งเหล่านั้นไว้สำหรับคนรุ่นต่อไป เป้าหมายต่อไปของการศึกษานี้คือการนำเสนอแหล่งโบราณคดีเขมรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยให้ดีขึ้นในฐานะส่วนหนึ่งของภาพรวมทางวัฒนธรรม และเพื่อสร้างแผนการจัดการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การศึกษาครั้งนี้ยังเน้นย้ำถึงแผนการอนุรักษ์ที่ดีชุมชน

ท้องถิ่นและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้ามาร่วมส่งเสริมการปกป้องแหล่งโบราณคดีและความเข้าใจที่ดีขึ้นเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรม ในแง่ของการท่องเที่ยว ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้จะนำไปใช้ในการพัฒนาแผนการจัดการที่เหมาะสมที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยว โดยมีจุดประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกและโอกาสให้พวกเขาค้นพบความรู้ใหม่ๆ เกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรมเขมรในประเทศไทย ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและชื่นชมมากขึ้น นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังสามารถช่วยค้นหาแนวทางแก้ไขปัญหามีอยู่บางประการในหมู่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยและผลกระทบที่มีต่อผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นได้ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือที่ดีขึ้น ผศ.ดร.ธีรชยา มณีเนตร วัดเขมรทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย: แผนเสนอเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว 2 ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ หน่วยงานท้องถิ่น ตัวแทนรัฐบาลกลาง ผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว เพื่อจัดการมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเหมาะสมเพื่อการดำรงอยู่อย่างยั่งยืนตลอดชั่วรุ่นต่อไป

ESCAP, U. (2003). ได้ศึกษาเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในประเทศเอเชียที่ได้รับการคัดเลือก การศึกษาวิเคราะห์ที่ดำเนินการโดย ESCAP และองค์การระหว่างประเทศและระดับภูมิภาคอื่นๆ ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าการท่องเที่ยวสามารถให้ประโยชน์ด้านการพัฒนาที่สำคัญหลายประการได้ ประการแรก การท่องเที่ยวสามารถช่วยลดความเหลื่อมล้ำในด้านรายได้และการจ้างงานภายในประเทศได้ เนื่องจากพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวมักตั้งอยู่ห่างไกลจากแหล่งกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ ประการที่สอง การท่องเที่ยวสามารถช่วยบรรเทาความยากจนในพื้นที่ชนบทได้ด้วยการเน้นการพัฒนาผ่านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในส่วนอื่นๆ ของประเทศนอกศูนย์กลางการค้าหลัก ประการที่สาม การท่องเที่ยวระหว่างประเทศสามารถเป็นวิธีการสำคัญในการกระจายรายได้ระหว่างประเทศ และด้วยเหตุนี้จึงมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจโลกที่สมดุลมากขึ้น การสัมมนาของ ESCAP เกี่ยวกับการส่งเสริมวงจรการท่องเที่ยวพุทธ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 26 ถึง 28 พฤศจิกายน 2544 ที่เมืองคิซาราซู ประเทศญี่ปุ่น ตัวแทนประเทศที่เข้าร่วมสัมมนาของ ESCAP มีโอกาสแบ่งปันประสบการณ์และรายงานเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติที่ดีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา การจัดการ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวพุทธ ตลอดจนวิเคราะห์ข้อจำกัดและเสนอแนะเกี่ยวกับความร่วมมือที่เพิ่มขึ้นเพื่อสร้างวงจรการท่องเที่ยวพุทธระดับภูมิภาคและระดับย่อย บทความที่นำเสนอใน Tourism Review ฉบับนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวทาง นโยบาย และแนวปฏิบัติของประเทศต่างๆ ในเอเชีย ขณะเดียวกัน ยังได้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นเกี่ยวกับปัญหาทางสังคมและวัฒนธรรมที่ซับซ้อนที่เกี่ยวข้อง บทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ และความกังวลหลักของพวกเขาในระดับชาติ รวมถึงข้อเสนอแนะที่รอบคอบเกี่ยวกับแนวทางและการดำเนินการที่อาจเป็นส่วนหนึ่งของพลวัตเพื่อความร่วมมือในระดับภูมิภาคและอนุภูมิภาคที่มากขึ้นเพื่อส่งเสริมวงจรการท่องเที่ยวทางพุทธศาสนา

## 2.9 กรอบแนวคิดงานวิจัย



รูปภาพที่ 7 กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาบทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยดังนี้

### ตัวแปรต้น

ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยตัวแปรแฝง (Latent Variables) ได้แก่ ปัจจัยด้านแผนงานการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านแผนงานการท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) 4 มิติ คือ

- การจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว
- ด้านปัจจัยสนับสนุนและความร่วมมือ
- ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์
- ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง

ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) 5 มิติ คือ

- มาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน)
- มาตรการจากการถูกเอารัดเอาเปรียบ

- มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- มาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข
- มาตรการการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) 4 มิติ คือ

- สถานที่และสิ่งแวดล้อม
- การให้บริการ
- การบริหารจัดการ
- จริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน

#### **ตัวแปรตาม**

ประสิทธิผลของการจัดการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 มิติ ดังนี้

- มิติด้านสังคม
- มิติด้านเศรษฐกิจ
- มิติด้านสิ่งแวดล้อม

ลูกศรในภาพแสดงถึงทิศทางของอิทธิพล โดยชี้จากตัวแปรอิสระไปยังตัวแปรตาม ซึ่งหมายความว่าแผน ความปลอดภัย และมาตรฐานบริการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ

สรุปได้ว่า กรอบแนวคิดนี้เสนอว่า หากจังหวัดบึงกาฬมีแผนการท่องเที่ยวที่ชัดเจน มีระบบความปลอดภัยที่ดี และมีมาตรฐานการบริการที่สูง จะส่งผลให้การจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

## **2.10 ตารางสังเคราะห์องค์ประกอบของประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว**

ตารางสังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องตัวแบบการยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดในภาคอีสาน โดยการสังเคราะห์วรรณกรรมจากประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว 3 มิติ คือ มิติด้านสังคม มิติด้านเศรษฐกิจ และ มิติด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า บทบาทของแผนความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ ต้องคำนึงถึงความสมดุลในทุกมิติ โดยการสร้างความร่วมมือในชุมชน ส่งเสริมเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยว และการรักษาสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม ซึ่งทั้งหมดนี้จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและมีประสิทธิผล ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ตารางสังเคราะห์องค์ประกอบของประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว	มิติด้านสังคม	มิติด้านเศรษฐกิจ	มิติด้านสิ่งแวดล้อม
สถาปนิก นามวงษ์ (2558)	✓	✓	✓
เจนจิรา อักษรพิมพ์ (2560)	✓	✓	✓
อภิสร่า กวางศิริ (2561)	✓	✓	✓
Ngoc, K.N. & Trinh, N.T, (2015)	✓		✓
Cam Nostrand. Kolasa, B. J, (1969)	✓	✓	✓
นวนน้อย ธนะชัยศรี (2552)	✓	✓	✓
มาฆะ, จิตตะสังคะ (2553)	✓	✓	✓
มานิช พรหมปัญญา, & คณะ. (2556)	✓	✓	
กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวยและ ปิย สุดีสุสติ (2565)	✓	✓	✓
พระมหาณัฐกิตติ อนารโท, พระครูสิริสุตากรณ์ และพระวิมาน คมภีร์ปัญญา (2563)	✓	✓	✓
Variddhimetī, P. A., Vajirapañño, P. D., Thitapanyo, P. M., & Hanpong, P. N. (2023)	✓		✓
Maneenetr, T. (2008)	✓	✓	✓
ESCAP, U. (2003)	✓		✓
<b>ความถี่</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>12</b>

พหุบัณฑิต ชีวะ

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ เป็นการศึกษาแบบ Mixed Method ผสมผสานทั้งงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการสุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรที่รู้จำนวนประชากรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) ขนาดตัวอย่างจะมีระดับความเชื่อมั่นที่ 0.95 แบบแบ่งชั้น สัดส่วนในการทำแบบสอบถาม จำนวน 400 คน และงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive samplings) ซึ่งเจาะจงกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ หน่วยงานและองค์กรภาครัฐ ผู้นำทางศาสนาหรือผู้นำในชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ จำนวน 5 ท่านเท่านั้น ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในแต่ละแบบจะประกอบไปด้วย

##### 3.1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณจากจำนวนประชากรที่เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและต่างชาติในเขตจังหวัดบึงกาฬ จำนวน 721,455 คน (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา , รายงานเบื้องต้นเดือนมกราคม - ธันวาคม ปี 2565) ทำการสุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรที่รู้จำนวนประชากรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) ขนาดตัวอย่างจะมีระดับความเชื่อมั่นที่ 0.95 ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ที่ 0.05 คือ 399.78 คน หาขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จากสูตร

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดย  $n$  = จำนวนของขนาดตัวอย่าง  
 $N$  = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา  
 $e$  = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (0.05)

แทนค่า  $N = 721,455$   
 $e = 0.05$   
 $n = 721,455$

$$1+721,455 (0.05)^2$$

$$= 399.78$$

สรุปได้ว่า ประชากรตัวอย่างที่ต้องใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ 399.78 ราย แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูล ผู้วิจัยจึงทำการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด โดยใช้การสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวกในการเก็บแบบสอบถามประชาชนกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดบึงกาฬ และเลือกเก็บแบบสอบถามตามสัดส่วนดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 3** ตารางแสดงจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ทำแบบสอบถามจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ

เพศ	จำนวนประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
เพศชาย	ประชากรที่เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและต่างชาติในเขตจังหวัดบึงกาฬ	200	50
เพศหญิง		200	50
รวม	721,455	399.78/400	100

### 3.1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากผู้เชี่ยวชาญในจังหวัดบึงกาฬที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ทราบนัยทางความคิดของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรวมทั้งความคิดเห็นต่อตัวแปรแผนด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ ที่ โดยผู้วิจัยจึงกำหนดให้เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมซึ่งมีความรู้ ความสามารถในการ ให้ข้อมูลได้ (Marshall,1996) โดยใช้วิธีการเข้าถึงข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก

#### 3.1.2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้ให้สัมภาษณ์ หรือ กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม ที่เป็นตัวแทนจากหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ ผู้นำทางศาสนาหรือผู้นำในชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ จำนวน 5 ท่านเท่านั้น โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Samplings ) ซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินการเกี่ยวกับบทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ เป็นผู้ที่มี

ความเชี่ยวชาญและอาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ ซึ่งเห็นความเปลี่ยนแปลงของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดดังนี้

**ตารางที่ 4** ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

กลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์	ผู้ให้สัมภาษณ์รวม (คน)
ภาครัฐ	3
ภาคเอกชน	1
ฝ่ายศาสนา	1
<b>รวม 5 คน</b>	

**ตารางที่ 5** ตารางแสดงกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญในจังหวัดบึงกาฬ

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)
ผู้ว่าราชการจังหวัดบึงกาฬ	1
ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดบึงกาฬ	1
ฝ่ายศาสนา	1
ภาคธุรกิจ	2
<b>รวม</b>	<b>5</b>

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในขั้นตอนนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบด้วย 7 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ จังหวัดที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 4 ข้อ

**ตอนที่ 2** วัดตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำนวน 3 ข้อ

**ตอนที่ 3** วัดตัวแปรเกี่ยวกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว จำนวน 4 ด้าน มีคำถามทั้งสิ้น 17 ข้อ

- |  |       |   |     |
|--|-------|---|-----|
| 1. ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว        | จำนวน | 4 | ข้อ |
| 2. ด้านความร่วมมือ                       | จำนวน | 4 | ข้อ |
| 3. ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ | จำนวน | 5 | ข้อ |
| 4. ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง         | จำนวน | 4 | ข้อ |

เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักการตอบแบบสอบถาม (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) ดังนี้

- |   |         |                            |
|---|---------|----------------------------|
| 1 | หมายถึง | มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด |
| 2 | หมายถึง | มีระดับความสำคัญน้อย       |
| 3 | หมายถึง | มีระดับความสำคัญปานกลาง    |

4	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
5	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด

แล้วนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาแปลความหมายรายชื่อ รายด้าน และความหมายในภาพรวม แปลผลค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ โดยหาค่าความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (อ้างถึงใน วลัยพร สุกุลพอง, 2551: 33)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด  
 คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก  
 คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง  
 คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ น้อย  
 คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ น้อยมาก

**ตอนที่ 4** วัดตัวแปรเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว จำนวน 5 ด้าน มีคำถามทั้งสิ้น 21 ข้อ ดังนี้

1. มาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน)	จำนวน	4	ข้อ
2. มาตรการจากการถูกเอารัดเอาเปรียบ	จำนวน	4	ข้อ
3. มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	จำนวน	4	ข้อ
4. มาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข	จำนวน	4	ข้อ
5. มาตรการการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	จำนวน	5	ข้อ

เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักการตอบแบบสอบถาม ดังนี้

1	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด
2	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
3	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
4	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
5	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด

แล้วนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาแปลความหมายรายชื่อ รายด้าน และความหมายในภาพรวม แปลผลค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ โดยหาค่าความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (อ้างถึงใน วลัยพร สุกุลพอง, 2551: 33)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ น้อยมาก

**ตอนที่ 5** วัดตัวแปรเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 4 ด้าน มีคำถามทั้งสิ้น 16 ข้อ ดังนี้

- |  |       |       |
|--|-------|-------|
| 1. ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม               | จำนวน | 5 ข้อ |
| 2. ด้านการให้บริการ                        | จำนวน | 3 ข้อ |
| 3. ด้านการบริหารจัดการ                     | จำนวน | 5 ข้อ |
| 4. ด้านจริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน | จำนวน | 3 ข้อ |

เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนัก

การตอบแบบสอบถาม ดังนี้

- |   |         |                            |
|---|---------|----------------------------|
| 1 | หมายถึง | มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด |
| 2 | หมายถึง | มีระดับความสำคัญน้อย       |
| 3 | หมายถึง | มีระดับความสำคัญปานกลาง    |
| 4 | หมายถึง | มีระดับความสำคัญมาก        |
| 5 | หมายถึง | มีระดับความสำคัญมากที่สุด  |

ให้นำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาแปลความหมายรายชื่อ รายการ และความหมายในภาพรวม แปลผลค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ โดยหาค่าความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (อ้างถึงใน วลัยพร สกุลทอง, 2551: 33)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความสำคัญอยู่ในระดับ น้อยมาก

ตอนที่ 6 วัดตัวแปรเกี่ยวกับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว จำนวน 3 ด้าน มีคำถามทั้งสิ้น 15 ข้อ ดังนี้

- |                        |       |       |
|------------------------|-------|-------|
| 1. มิติด้านสังคม       | จำนวน | 5 ข้อ |
| 2. มิติด้านเศรษฐกิจ    | จำนวน | 5 ข้อ |
| 3. มิติด้านสิ่งแวดล้อม | จำนวน | 5 ข้อ |

เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มี 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักการตอบแบบสอบถาม ดังนี้

- |   |         |                              |
|---|---------|------------------------------|
| 1 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |
| 2 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นน้อย       |
| 3 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นปานกลาง    |
| 4 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นมาก        |
| 5 | หมายถึง | มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด  |

แล้วนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาแปลความหมายรายข้อ รายด้าน และความหมายในภาพรวม แปลผลค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ โดยหาค่าความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (อ้างอิงใน วลัยพร สกุลพอง, 2551: 33)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อยมาก

ตอนที่ 7 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

3.1.2 การตรวจสอบคุณภาพของมาตราวัดด้วยวิธีการทางสถิติ โดยการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นขอคำแนะนำและตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามด้านความเที่ยงตรงและด้านความเชื่อมั่นดังนี้

3.1.2.1 ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ด้วย Composite Reliability และสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficient) (Cronbach, 1990) ซึ่งผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในเรื่องบทบาทของแผนความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ จำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาให้ความเห็นและตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา โดยการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญดังนี้ คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550) โดยให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

ถ้าข้อคำถามวัดได้ตรงจุดประสงค์ ได้	+1 คะแนน
ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดตรงจุดประสงค์หรือไม่ ได้	0 คะแนน
ถ้าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงจุดประสงค์ ได้	-1 คะแนน

นำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทุกคนที่ประเมินมารวมลงในแบบวิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์เพื่อหาค่าเฉลี่ยสำหรับข้อคำถามแต่ละข้อใช้สูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC แทน	ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence)
$\sum R$ แทน	ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
N แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

3.1.2.2 ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) หลังจากที่ได้นำเครื่องมือไปเก็บข้อมูล แล้วผู้วิจัยมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยใช้ 2 วิธี

3.1.2.2.1 ใช้ Corrected Item-Total Correlation ซึ่งเป็นการวัดค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนของข้อคำถาม ข้อใดข้อหนึ่งกับคะแนนรวมของหมวดข้อคำถามนั้นปรากฏอยู่ โดยในขั้นตอนการคำนวณจะต้องปรับค่าคะแนนรวมด้วยการหักค่าข้อมูลของข้อคำถามใดๆ นั้นออก เพื่อมิให้มีข้อมูลของข้อคำถามปรากฏในทั้ง 2 แห่ง เกณฑ์การตัดสินใจ คือ ค่าสหสัมพันธ์นั้นต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 (Nunnally and Bernstein, 1994) ค่าอ่านอาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (Field, 2009) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

ในการทดสอบแบบสอบถามฉบับปรับปรุงและการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Pilot Test) กับประชาชนในจังหวัดบึงกาฬ ที่ไม่อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งค่าความเชื่อมั่น

ของแบบสอบถามكرونบาค อัลฟาที่ใช้ในการวิจัยที่ได้จากการคำนวณต้องมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป จึงจะเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่งถือว่าเป็นมาตรวัดที่มีความเชื่อถือได้สูง

3.1.2.2 ใช้ Confirmatory Factor Analysis โดยการตรวจสอบค่า Factor Loading จากกระบวนการทำซ้ำในขั้นตอนวิธี (Algorithm) ของ SEM ค่าน้ำหนักปัจจัยควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 (Stan & Saporta, 2016) โดยที่ถ้าข้อคำถามหรือ Manifest ใดๆ ให้ค่าน้ำหนักปัจจัยตามเกณฑ์นี้และมีนัยสำคัญทางสถิติ จะเรียกว่าความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) คือข้อคำถามเหล่านั้นวัดค่า Manifest ได้เหมือนกัน

นอกจากนี้ กระบวนการทำซ้ำในขั้นตอนของ SEM ยังให้ค่าความเที่ยงตรงจำแนก (Discriminant Validity) เพื่อแสดงให้เห็นว่าข้อคำถาม หรือ Manifest สามารถวัดเรื่องราวของเฉพาะ Construct เท่านั้น ไม่ใช่วัดเรื่องราวของ Construct กับ Construct อื่น (เรียกว่า Cross Construct Correlation)

### 3.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) จากการสัมภาษณ์กลุ่ม จำนวน 8 คน ประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 4 กลุ่ม ที่เป็นตัวแทนประกอบด้วย จากหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ ผู้นำทางศาสนาหรือผู้นำในชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ กลุ่มละ 2 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive samplings) ซึ่งเจาะจงกลุ่มตัวอย่างผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่

โดยวิเคราะห์เนื้อหาตามหัวข้อที่กำหนดเป็นประเด็นในการสัมภาษณ์ ในเรื่องเกี่ยวกับบทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ และ เพื่อให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อบทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

จากนั้นนำข้อมูลแบบสอบถามข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย และข้อมูลสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และจัดระเบียบข้อมูลและจัดระเบียบเนื้อหาข้อมูล ตลอดจนการจัดประเภทข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกันทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ แล้วนำเสนอข้อมูลเป็นความเรียง

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการ ดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในการขอส่งแบบสอบถามถึงกลุ่มตัวอย่าง

2. หนังสือและแบบสอบถามพร้อมทั้งแนบซองตอบกลับ ส่งไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกับการท่องเที่ยวที่จังหวัดบึงกาฬ ที่ถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามเกินกว่าจำนวนที่คำนวณไว้เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนและเพื่อความสมบูรณ์ของ

แบบสอบถามที่ใช้ได้จริง โดยแจกแบบสอบถามเพิ่มขึ้น 5% ของจำนวนที่คำนวณไว้สามารถช่วยลดผลกระทบจากอัตราการตอบกลับที่ไม่สมบูรณ์หรือข้อมูลที่สูญหายรวมเป็น 420 ชุดและมีแบบสอบถามที่ใช้ได้ 402 ชุด จึงนำมาประมวลเชิงสถิติเพื่อการศึกษาในงานวิจัยขั้นนี้ต่อไป

3. หลังจากส่งแบบสอบถาม 4 สัปดาห์ หากผู้วิจัยยังไม่ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยจะโทรศัพท์ไปสอบถามเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและส่งกลับ

4. ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมด เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและสมมติฐานการวิจัยโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ดังนี้

#### 3.4.1 การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ

##### ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. *สถิติเชิงพรรณนา* ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับของตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ ได้แก่ แผนด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของการท่องเที่ยวและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยการหาค่าเฉลี่ยจากคะแนนคำตอบของมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่าแต่ละมาตรวัดตัวแปรเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการแปลผลข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ในการแปลผลข้อมูลตามเกณฑ์การแปลความหมายและค่าเฉลี่ยของบุญชม ศรีสะอาด (2556) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อทราบลักษณะตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) และยังวิเคราะห์ระดับความสำคัญและความคิดเห็น จากแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว และประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยวของประชากรในแหล่งท่องเที่ยว โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลผลที่กำหนด

##### 2. *สถิติเชิงอนุมาน* ผู้วิจัยใช้เครื่องมือเพื่อการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

2.1 การหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) (r) ใช้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ ได้แก่ แผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวและมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540) โดยมีเกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร ดังนี้

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
0.81 – 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
0.61 – 0.80	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.41 – 0.60	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.21 – 0.40	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.00 – 0.20	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

และนำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 4,5,6 บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ มาบันทึกวิเคราะห์เพื่อหาว่าใน 3 กลุ่มของตัวแปรต้นมีมิติไหนที่มีอิทธิพลหรือเป็นตัวแปรทำนายต่อตัวแปรตาม บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬโดยใช้ Multiple regression

2.2 ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling : SEM) เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อความสำเร็จของพฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ข้อ 1 ของการวิจัย ที่ระบุว่า “เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยของแผนด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของการท่องเที่ยวและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ” โดยมีการตรวจสอบความกลมกลืนระหว่างแบบจำลองสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นมากับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยได้พิจารณาใช้ค่าดัชนีและเกณฑ์การพิจารณาตามแนวทางของจากนักวิชาการหลายท่านดังต่อไปนี้ (Hooper, Coughlan & Mullen, 2008; Mac Callum, et al., 1996; Diamantopoulos & Schumacker & Lomax, 2010) ดังนี้

2.2.1) ค่าไควสแควร์สัมพันธ์ (relation chi – square) คือค่าไควสแควร์หารด้วยค่าองศาแห่งความเป็นอิสระ ( $X^2 / df$ ) หากมีค่าน้อยกว่า 3.0 ยอมรับว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Hooper, Coughlan & Mullen, 2008)

2.2.2) ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณค่า (root mean square error of approximation ; RMSEA) หากมีค่าเท่ากับหรือต่ำกว่า 0.05-0.08 ยอมรับว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Mac Callum, et al., 1996)

2.2.3) ค่าดัชนีที่บ่งบอกถึงความสอดคล้องของข้อมูลเชิงประจักษ์ กับแบบจำลองที่กำหนดขึ้น (goodness of fit index :GFI) หากมีค่ามากกว่า 0.90 ขึ้นไป ยอมรับว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Diamantopoulos & Sigauw, 2000)

2.2.4) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องอิงเกณฑ์ (normed fit index : NFI) หากมีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป ยอมรับว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Schumacker & Lomax, 2010)

2.2.5) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (comparative fit index : CFI) มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป ยอมรับว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Schumacker & Lomax, 2010)

2.2.6) ค่าดัชนีวัดค่าเฉลี่ยส่วนที่เหลือจากการเปรียบเทียบขนาดของความแปรปรวน และค่าความแปรปรวนร่วม (root mean square residual : RMR) หากเท่ากับหรือต่ำกว่า 0.05-0.08ยอมรับว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกัน (Diamantopoulos & Siguaw,2000)

2.2.7) ค่าดัชนีความกลมกลืนเชิงประหยัด (parsimonious fit indices : PGFI , PNFI) มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (Hooper,Coughlan & Mullen,2008)

ตารางที่ 6 ตารางเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลอง

ดัชนี	เกณฑ์การพิจารณา	อ้างอิง
$\chi^2/df$	< 3.0	Hooper, Coughlan & Mullen (2008)
RMSEA	0.05-0.08	MacCallum et al. (1996)
GFI	> 0.90	Diamantopoulos & Siguaw (2000)
NFI	$\geq 0.90$	Schumacker & Lomax (2010)
CFI	$\geq 0.90$	Schumacker & Lomax (2010)
RMR	$\leq 0.05-0.08$	Diamantopoulos & Siguaw (2000)
PGFI, PNFI	$\geq 0.50$	Hooper, Coughlan & Mullen (2008)

พหุ ประถมศึกษา

### 3.4.2 การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ

1. แบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่มย่อยหรือประเด็นหลักที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้รหัสหรือคำสำคัญที่ช่วยแยกแยะข้อมูลให้เห็นถึงธีมหรือหัวข้อที่สอดคล้องกัน
2. เมื่อจัดกลุ่มข้อมูลเสร็จแล้ว ให้พิจารณาธีมหรือประเด็นที่สำคัญ ซึ่งเป็นการแสดงถึงแนวโน้ม แนวคิด หรือมุมมองที่สอดคล้องกันในข้อมูล
3. ขั้นตอนนี้ นักวิจัยจะวิเคราะห์และตีความข้อมูลที่ได้รับตามแต่ละธีม โดยใช้ทฤษฎีหรือแนวคิดที่เกี่ยวข้องเพื่อเชื่อมโยงและสร้างความหมายเชิงลึก ซึ่งช่วยให้นักวิจัยสามารถตอบคำถามวิจัยหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างครอบคลุม
4. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นและธีมที่พบ เพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนต่อคำถามวิจัย ซึ่งควรนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจน กระชับ และสะท้อนถึงความเข้าใจที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ
5. ในส่วนของแบบสอบถามส่วนที่ 7 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อบทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ ของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 7 ที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าความถี่ (Frequency) เรียงตามลำดับจากน้อยไปมาก
6. ในขั้นตอนสุดท้าย ควรตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลและการตีความ โดยอาจใช้การตรวจสอบร่วมกับผู้เชี่ยวชาญหรือการทบทวนจากผู้ที่เกี่ยวข้อง

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลการวิจัย เรื่อง “บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ” ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
SD	หมายถึง	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
C.V.	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (coefficient of variation)
r	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient)
$\chi^2$	หมายถึง	ค่าสถิติไค-สแควร์ (chi - square)
$\lambda$	หมายถึง	น้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading)
e	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (error) ของตัวบ่งชี้
Sig.	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
df	หมายถึง	ค่าองศาอิสระ
R <sup>2</sup>	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุยกกำลังสอง
**	หมายถึง	อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01
*	หมายถึง	อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
CFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index)
GFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI)
AGFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
RMSEA	หมายถึง	ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation)
SRMR	หมายถึง	ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน หรือ รากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน

		(Standardized Root Mean Square Residual)
NFI	หมายถึง	ดัชนีความกลมกลืนประเภทเปรียบเทียบกับรูปแบบอิสระ (Normed fit index)
IFI	หมายถึง	ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบกับรูปแบบฐาน (Incremental fit index)
CFA	หมายถึง	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)
EFA	หมายถึง	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis)
$\rho_c$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้
$\rho_v$	หมายถึง	ค่าความเที่ยงรวม

#### ตัวแปรแฝงมิติที่ 1: แผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans)

- SC: Supply Chain (ห่วงโซ่อุปทาน)
- CP: Collaboration (ความร่วมมือ)
- MPR: Marketing and Public Relations (กลยุทธ์การตลาดและประชาสัมพันธ์)
- RM: Risk Management (การบริหารความเสี่ยง)

#### ตัวแปรแฝงมิติที่ 2: ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety)

- RT: Road and Travel Safety (ความปลอดภัยด้านการเดินทาง)
- AE: Avoiding Exploitation (การป้องกันการเอารัดเอาเปรียบ)
- SLP: Safety of Life and Property (ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน)
- PHS: Public Health Safety (ความปลอดภัยด้านสาธารณสุข)
- AT: Assistance to Tourists (การให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว)

#### ตัวแปรแฝงมิติที่ 3: มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service)

- PE: Place and Environment (สถานที่และสิ่งแวดล้อม)
- SP: Service Provision (การให้บริการ)
- MM: Management and Maintenance (การบริหารจัดการ)
- ECC: Ethics and Code of Conduct (จริยธรรม)

#### ตัวแปรแฝงมิติที่ 4: ประสิทธิภาพของการจัดการการท่องเที่ยว (Effectiveness)

- EC: Economic Dimension (มิติด้านเศรษฐกิจ)
- SO: Social Dimension (มิติด้านสังคม)
- EV: Environmental Dimension (มิติด้านสิ่งแวดล้อม)

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ และรูปแบบของการมาท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	220	55.0
หญิง	180	45.0
รวม	400	100.0
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 25 ปี	129	32.1
25 - 35 ปี	105	26.1
36 - 45 ปี	86	21.4
46 - 55 ปี	50	12.4
สูงกว่า 55 ปี	30	8.0
รวม	400	100.0
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	118	29.4
ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่รัฐ/พนักงาน	112	27.9
รัฐวิสาหกิจ		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	80	20.4
พนักงานบริษัทเอกชน	63	15.7
รับจ้างทั่วไป	27	6.7
รวม	400	100.0

รูปแบบของการมาท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ

ท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ	97	24.1
ท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม	201	50.5
ท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ	102	25.4
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 221 คน (ร้อยละ 55.0) รองลงมา เป็นหญิง 181 คน (ร้อยละ 45.0) มีอายุอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 25 ปี 129 คน (ร้อยละ 32.1) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา 118 คน (ร้อยละ 29.4) และส่วนใหญ่มีรูปแบบของการมาท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ คือ ท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 203 คน (ร้อยละ 50.5)

#### 4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับลักษณะการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง และแหล่งที่ทราบข่าวสารการมาท่องเที่ยว ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะการเดินทาง		
เดินทางมาคนเดียว	55	13.7
มากับเพื่อน	153	38.1
มากับครอบครัว	153	38.1
มากับหน่วยงาน/ที่ทำงาน	30	8.0
มากับสถาบันการศึกษา	9	2.2
รวม	400	100.0
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง		
ต่ำกว่า 1,000 บาท	108	26.9
1,001 - 3,000 บาท	156	38.8
3,001 - 5,000 บาท	88	21.9
5,001 บาทขึ้นไป	48	12.4
รวม	400	100.0

แหล่งที่มาของข้อมูล		
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/แผ่นพับ/ ใบปลิว	12	3.5
วิทยุ/โทรทัศน์	5	1.2
สื่ออินเทอร์เน็ต/สังคมออนไลน์	316	78.6
บุคคลใกล้ชิดแนะนำ	60	14.9
อื่นๆ	7	1.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการเดินทางโดยมากกับเพื่อนและมากับครอบครัว 153 คน (ร้อยละ 38.1) เท่ากัน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 1,001 - 3,000 บาท 156 คน (ร้อยละ 38.8) และส่วนใหญ่ทราบข่าวสารการมาท่องเที่ยวจาก สื่ออินเทอร์เน็ต/สังคมออนไลน์ 316 คน (ร้อยละ 78.6)

#### 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว

ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) จำนวน 4 องค์ประกอบ 17 ข้อคำถาม ประกอบด้วย ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ และด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
--------------------------------	---	-----	-----	-----------	------	-------

						ความสำคัญ
1. ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวของบึงกาฬ มีความน่าสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะ และมีความโดดเด่น	400	2	5	4.45	0.795	มากที่สุด
2. มีห้องพัก / ห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอต่อความต้องการ	400	2	5	3.95	0.666	มาก
3. ร้านอาหาร / เครื่องดื่ม มีราคาที่เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการ	400	1	5	4.16	0.803	มาก
4. การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวบึงกาฬสามารถเดินทางได้สะดวก	400	2	5	4.04	0.678	มาก
<b>โดยรวม</b>				<b>4.15</b>	<b>0.562</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.562) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวของบึงกาฬ มีความน่าสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะ และมีความโดดเด่น ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.45$ , S.D. = 0.795) รองลงมา ร้านอาหาร / เครื่องดื่ม มีราคาที่เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.16$ , S.D. = 0.803) และ มีห้องพัก / ห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอต่อความต้องการ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = 0.666)

ตารางที่ 10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือ

ด้านความร่วมมือ	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ประชาชนในพื้นที่มีความร่วมมือกัน มีความเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการนักท่องเที่ยว	400	2	5	4.20	0.748	มาก
2. การจัดตั้งชมรม การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีส่วนช่วยผลักดัน	400	3	5	3.94	0.712	มาก

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของ

จังหวัดบึงกาฬ

3. ในระหว่างท่องเที่ยว สามารถขอรับ ข้อมูลจากชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ได้สะดวกและได้รับข้อมูล เป็นอย่าง ดีและชัดเจน	400	2	5	4.20	0.720	มาก
4. ผู้นำชุมชน / ผู้บริหารท้องถิ่น มี นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อ สนับสนุนการท่องเที่ยว	400	2	5	4.04	0.661	มาก
<b>โดยรวม</b>				<b>4.09</b>	<b>0.478</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. = 0.478) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ในระหว่างท่องเที่ยว สามารถขอรับข้อมูลจากชุมชน หน่วยงานภาครัฐได้สะดวกและได้รับข้อมูล เป็นอย่างดีและชัดเจน ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.20$ , S.D. = 0.720) และประชาชนในพื้นที่ที่มีความร่วมมือกัน มีความเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.20$ , S.D. = 0.748) เท่ากัน รองลงมา ผู้นำชุมชน / ผู้บริหารท้องถิ่น มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 0.661) และ การจัดตั้งชมรม การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีส่วนช่วยผลักดัน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 0.712)

ตารางที่ 11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์

ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและ ประชาสัมพันธ์	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. มีป้ายร้านที่แสดงการให้บริการ อย่างชัดเจน เช่น ร้านอาหาร	400	3	5	4.20	0.661	มาก
2. มีการนำสินค้าไปจัดโชว์ในงาน เทศกาลสินค้าต่างๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรู้จัก และจดจำ	400	3	5	4.23	0.776	มากที่สุด

3. จัดรายการนำเที่ยวพิเศษ	400	3	5	4.01	0.742	มาก
4. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้าย โฆษณาริมทางที่เห็นได้ชัด ก่อนถึง แหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะและแสดง ระยะทางที่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยว	400	3	5	4.13	0.690	มาก
5. ลงโฆษณาผ่านสื่อเช่นนิตยสาร อินเทอร์เน็ต อย่างต่อเนื่อง	400	3	5	4.06	0.669	มาก
<b>โดยรวม</b>				<b>4.13</b>	<b>0.497</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 11 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 0.497) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีการนำสินค้าไปจัดโชว์ในงานเทศกาลสินค้าต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และจดจำ ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = 0.776) รองลงมา มีป้ายร้านที่แสดงการให้บริการอย่างชัดเจน เช่น ร้านอาหาร ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.20$ , S.D. = 0.661) และ จัดรายการนำเที่ยวพิเศษ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ , S.D. = 0.742)

ตารางที่ 12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง

ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. คุณภาพของที่พักร้านอาหาร คุ้มค่างบเงินที่เสียไป	400	3	5	4.13	0.497	มาก
2. การท่องเที่ยวตามเส้นทางหรือ คำแนะนำ ตรงตามที่ท่านต้องการ	400	2	5	4.12	0.722	มาก
3. ป้ายบอกทางเพียงพอ และมีความ ชัดเจนไม่ทำให้ท่าน หลงทางหรือ เกิดอุบัติเหตุ	400	3	5	3.87	0.747	มาก
4. บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของ สถานที่ท่องเที่ยวตรงตามคำกล่าว	400	3	5	4.12	0.649	มาก

## อ้างหรือโฆษณา

โดยรวม	4.05	0.475	มาก
จากตารางที่ 12 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 0.475) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง คุณภาพของที่พักร้านอาหาร คุ่มค่ากับเงินที่เสียไป ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 0.497) รองลงมา บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวตรงตามคำกล่าวอ้างหรือโฆษณา ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.649) และการท่องเที่ยวตามเส้นทางหรือ คำแนะนำ ตรงตามที่ท่านต้องการ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.722) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ป้ายบอกทางเพียงพอ และมีความชัดเจนไม่ทำให้ท่านหลงทางหรือเกิดอุบัติเหตุ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$ , S.D. = 0.747)			

## 4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) จำนวน 5 องค์ประกอบ 21 ข้อคำถาม ประกอบด้วย ด้านมาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน) ด้านมาตรการจากการถูกเอารถเอาเปรียบ ด้านมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข และด้านมาตรการการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน)

ด้านมาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน)	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. มีป้ายหรือแผนพับเตือน	400	2	5	4.27	0.736	มากที่สุด

นักท่องเที่ยวให้ทราบบริเวณใดมี ความเสี่ยงจากโจรเพื่อให้ นักท่องเที่ยวระวังภัย							
2. มีการเตรียมอุปกรณ์ชูชีพ อุปกรณ์ ป้องกันอัคคีภัย ชุดปฐมพยาบาล อย่างเหมาะสม	400	2	5	4.15	0.750	มาก	
3. มีการติดตั้งป้ายและ สัญญาณเตือน ภัย อย่างเหมาะสม	400	2	5	3.88	0.780	มาก	
4. มีความปลอดภัยในการเดินทาง ท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ	400	2	5	3.95	0.713	มาก	
<b>โดยรวม</b>				<b>4.06</b>	<b>0.546</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 13 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้าน  
การท่องเที่ยว ด้านมาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน) ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06$ , S.D.  
= 0.546) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีป้ายหรือ  
แผนผังเตือนนักท่องเที่ยวให้ทราบบริเวณใดมีความเสี่ยงจากโจรเพื่อให้นักท่องเที่ยวระวังภัย ในระดับ  
มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.27$ , S.D. = 0.736) รองลงมา มีการเตรียมอุปกรณ์ชูชีพ อุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัย  
ชุดปฐมพยาบาลอย่างเหมาะสม ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.750) และ มีมีการติดตั้งป้าย  
และ สัญญาณเตือนภัย อย่างเหมาะสม น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 0.780)

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มี  
ต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการจากการถูกเอารัดเอาเปรียบ

ด้านมาตรการจากการถูกเอารัดเอา เปรียบ	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ท่านถูกฉ้อโกงหรือเอารัดเอาเปรียบ จากผู้ขาย	400	1	5	1.31	0.866	น้อยที่สุด
2. สินค้าและบริการมีคุณภาพต่ำ หรือไม่ได้มาตรฐาน	400	1	5	1.32	0.860	น้อยที่สุด
3. ได้รับความเดือดร้อนราคาสูงเช่น  رب เจ้าคะยั้นคะยอ ให้ซื้อสินค้าหรือ	400	1	5	1.38	0.848	น้อยที่สุด

บริการ							
4. ซื้อสินค้าราคาแพงเกินความเป็นจริง(ค่าเดินทาง/ ค่าที่พัก ฯลฯ )	400	1	5	1.38	0.892	น้อยที่สุด	
<b>โดยรวม</b>				<b>1.35</b>	<b>0.814</b>	<b>น้อยที่สุด</b>	

จากตารางที่ 14 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการจากการถูกเอารัดเอาเปรียบ ในระดับน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 1.35$ , S.D. = 0.814) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ได้รับความเดือดร้อนราคาแพง เช่น รับประทานอาหาร ยื่นคະຍອ ให้อซื้อสินค้าหรือบริการ ในระดับน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 1.38$ , S.D. = 0.848) และซื้อสินค้าราคาแพงเกินความเป็นจริง(ค่าเดินทาง/ ค่าที่พัก ฯลฯ ) ในระดับน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 1.38$ , S.D. = 0.892) เท่ากัน รองลงมา สินค้าและบริการมีคุณภาพต่ำหรือไม่ได้มาตรฐาน ในระดับน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 1.32$ , S.D. = 0.860) และ ท่านถูกฉ้อโกงหรือเอารัดเอาเปรียบจากผู้ขาย น้อยที่สุดในระดับมาก ( $\bar{X} = 1.31$ , S.D. = 0.866)

ตารางที่ 15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ด้านมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทั่วถึง ทุกพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว	400	1	5	4.13	0.780	มาก
2. ท่านรู้สึกปลอดภัยจากอุบัติเหตุทางถนน / จราจร	400	2	5	3.94	0.750	มาก
3. ท่านรู้สึกปลอดภัยจากอุบัติเหตุทางน้ำ	400	2	5	4.00	0.694	มาก
4. ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่มีความกังวลว่าจะถูกทำร้ายร่างกาย	400	2	5	4.02	0.735	มาก
<b>โดยรวม</b>				<b>4.02</b>	<b>0.523</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 15 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$ , S.D. = 0.523) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทั่วถึง ทุกพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 0.780) รองลงมา ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่มีความกังวลว่าจะถูกทำร้ายร่างกาย ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$ , S.D. = 0.735) และ ท่านรู้สึกปลอดภัยจากอุบัติเหตุทางถนน / จราจร น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 0.750)

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข

ด้านมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. มีการตั้งจุดตรวจจากสถานการณ์Covid-19 เช่น ตรวจวัดอุณหภูมิ สวมหน้ากากอนามัย ใช้เจลล้างมือ การกำหนดระยะห่าง การทำความสะอาด	400	2	5	4.04	0.790	มาก
2. มีการจัดเตรียมอุปกรณ์และเวชภัณฑ์ที่จำเป็นและเพียงพอ	400	2	5	3.95	0.720	มาก
3. บริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีกำหนดจุดเข้า-ออก ที่ชัดเจนตามความเหมาะสมของพื้นที่	400	2	5	4.01	0.730	มาก
4. มีป้ายเตือนหรือบอกแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคในวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยว	400	2	5	4.16	0.704	มาก
<b>โดยรวม</b>				<b>4.04</b>	<b>0.532</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 16 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 0.532) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีป้ายเตือนหรือ

บอกแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคในวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยว ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.16$ , S.D. = 0.704) รองลงมา มีการตั้งจุดตรวจจากสถานการณ์ Covid-19 เช่น ตรวจวัดอุณหภูมิ สวมหน้ากากอนามัย ใช้เจลล้างมือ การกำหนดระยะห่าง การทำความสะอาด ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 0.790) และ มีการจัดเตรียมอุปกรณ์และเวชภัณฑ์ที่จำเป็นและเพียงพอ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = 0.720)

ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

ด้านมาตรการการให้ความช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. เจ้าหน้าที่ตำรวจสำรวจดูแลความ เรียบร้อย	400	3	5	4.31	0.744	มากที่สุด
2. มีหน่วยรับแจ้งเหตุในพื้นที่แหล่ง ท่องเที่ยว	400	3	5	3.98	0.732	มาก
3. มีอาสาสมัครรักษาความปลอดภัย ในบริเวณท่องเที่ยว	400	2	5	4.07	0.713	มาก
4. มีป้ายและแผ่นพับเตือน นักท่องเที่ยวในบริเวณที่มีความ เสี่ยงการเกิดอันตราย	400	3	5	4.11	0.668	มาก
5. จุดบริการเครื่องมือสื่อสารแจ้งเหตุ ด่วนเหตุร้าย ในแหล่งท่องเที่ยว	400	2	5	4.12	0.674	มาก
<b>โดยรวม</b>				<b>4.12</b>	<b>0.485</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 17 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.485) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง เจ้าหน้าที่ตำรวจสำรวจดูแลความเรียบร้อย ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.31$ , S.D. = 0.744) รองลงมา จุดบริการเครื่องมือสื่อสารแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย ในแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.674) และ มีหน่วยรับแจ้งเหตุในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.732)

#### 4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว

ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) จำนวน 4 องค์ประกอบ 16 ข้อคำถาม ประกอบด้วย ด้านสถานที่และสิ่งแวดลอม ด้านการให้บริการ ด้านการบริหารจัดการ และด้านจริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านสถานที่และสิ่งแวดลอม

ด้านสถานที่และสิ่งแวดลอม	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. มีป้ายและสัญลักษณ์มีการแจ้งข้อมูลและแผนที่ภายในอาคารและภายนอกอาคาร	400	3	5	4.17	0.728	มาก
2. มีทางสัญจรทางเท้า เช่น พื้นผิวต่างสัมผัสเตือนสิ่งกีดขวาง	400	2	5	3.98	0.729	มาก
3. มีที่จอดรถมีป้ายสัญลักษณ์สำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	400	3	5	4.05	0.712	มาก
4. มีพื้นที่ภายนอกมีจุดนั่งพักและหลังคากันแดดฝน	400	3	5	4.10	0.731	มาก
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ	400	2	5	4.19	0.729	มาก
<b>โดยรวม</b>				<b>4.10</b>	<b>0.469</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 18 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.469) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.729) รองลงมา มีป้ายและสัญลักษณ์มีการแจ้งข้อมูลและแผนที่ภายในอาคารและภายนอกอาคาร ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.17$ , S.D. = 0.728) และมีทางสัญจรทางเท้า เช่น พื้นผิวต่างสัมผัสเตือนสิ่งกีดขวาง น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.729)

ตารางที่ 19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. นำสินค้าจัดโชว์ในงานเทศกาล เพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวรู้จักและจดจำ	400	2	5	4.01	0.711	มาก
2. มีการจัดรายการนำเที่ยวพิเศษ	400	2	5	4.02	0.754	มาก
3. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณาริมทางที่เห็นได้ชัด ก่อนถึงตลาดน้ำเป็นระยะๆและแสดงระยะทางที่ห่างจากตลาดน้ำ	400	2	5	4.04	0.705	มาก
<b>โดยรวม</b>				<b>4.03</b>	<b>0.557</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 19 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = 0.557) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณาริมทางที่เห็นได้ชัด ก่อนถึงตลาดน้ำเป็นระยะๆและแสดงระยะทางที่ห่างจากตลาดน้ำ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 0.705) รองลงมา มีการจัดรายการนำเที่ยวพิเศษ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$ , S.D. = 0.754) และ นำสินค้าจัดโชว์ในงานเทศกาลเพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวรู้จักและจดจำ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ , S.D. = 0.711)

ตารางที่ 20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการ

ด้านการบริหารจัดการ	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
---------------------	---	-----	-----	-----------	------	-------

						ความสำคัญ
1. มีการต้อนรับ/แนะนำการให้บริการ	400	2	5	4.15	0.664	มาก
2. มีรถรับส่งให้บริการในกรณีที่จุดจอดรถอยู่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยว	400	2	5	4.11	0.712	มาก
3. มีบริการข้อมูลรายละเอียดการเดินทาง	400	2	5	3.96	0.761	มาก
4. มีบริการข้อมูลรายละเอียดระหว่างการเดินทาง เช่น ที่จอดรถ	400	2	5	4.03	0.728	มาก
5. มีรายละเอียดราคาค่าบริการอย่างชัดเจน (ค่าตัว, ค่าเข้าชม)	400	2	5	3.95	0.712	มาก
<b>โดยรวม</b>				<b>4.04</b>	<b>0.499</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 20 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 0.499) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีการต้อนรับ/แนะนำการให้บริการในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.664) รองลงมา มีรถรับส่งให้บริการในกรณีที่จุดจอดรถอยู่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D. = 0.712) และมีรายละเอียดราคาค่าบริการอย่างชัดเจน (ค่าตัว, ค่าเข้าชม) น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ , S.D. = 0.712)

ตารางที่ 21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านจริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน

ด้านจริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. บุคลากรผู้ให้บริการแสดงออกถึงค่านิยม ไม่เลือกปฏิบัติ	400	1	5	3.96	0.787	มาก
2. กรณีเกิดเหตุขัดข้องในระหว่างการท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันที่	400	1	5	3.89	0.842	มาก
3. ผู้ให้บริการมีกิริยา มารยาท ที่ดีงาม เช่น ไม่หยิ่ง ไม่โยน ตะโกนข้ามศีรษะ	400	1	5	4.03	0.747	มาก

โดยรวม	3.96	0.626	มาก
--------	------	-------	-----

จากตารางที่ 21 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านจริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 0.626) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ผู้ให้บริการ มีกิริยา มารยาท ที่ดีงาม เช่นไม่หยิ่ง ไม่นโยน ตะโกนข้ามศีรษะ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = 0.747) รองลงมา บุคลากรผู้ให้บริการแสดงออกถึงความใส่ใจ ไม่เลือกปฏิบัติ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 0.787) และ กรณีเกิดเหตุขัดข้องในระหว่างการท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.842)

#### 4.6 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว

ข้อมูลคำถามเกี่ยวกับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) จำนวน 3 องค์ประกอบ 15 ข้อคำถาม ประกอบด้วย มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตารางที่ 22 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มิติด้านเศรษฐกิจ

มิติด้านเศรษฐกิจ	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. การท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นในทางบวก	400	2	5	4.07	0.725	มาก
2. การค้าหรือสถานประกอบการในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากกิจกรรม	400	2	5	3.97	0.767	มาก

การท่องเที่ยว							
3.	การท่องเที่ยวช่วยสร้างโอกาสในการทำงานให้กับประชาชนในพื้นที่	400	2	5	4.07	0.726	มาก
4.	รายได้จากการท่องเที่ยวถูกนำกลับมาลงทุนในพัฒนาชุมชนท้องถิ่น	400	2	5	3.98	0.704	มาก
5.	มีการลงทุนในด้านต่างๆเพื่อรองรับการบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร	400	2	5	4.04	0.707	มาก
<b>โดยรวม</b>					<b>4.03</b>	<b>0.510</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 22 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มิติด้านเศรษฐกิจ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = 0.510) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นในทางบวก ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = 0.725) และการท่องเที่ยวช่วยสร้างโอกาสในการทำงานให้กับประชาชนในพื้นที่ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = 0.726) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมา มีการลงทุนในด้านต่างๆเพื่อรองรับการบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 0.707) และ การค้าหรือสถานประกอบการในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.767)

ตารางที่ 23 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มิติด้านสังคม

มิติด้านสังคม	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. การท่องเที่ยวที่บึงกาฬได้ช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างผู้มาเยือนและคนในพื้นที่	400	3	5	4.05	0.708	มาก
2. การท่องเที่ยวช่วยในคนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น	400	3	5	3.96	0.698	มาก
3. รู้สึกถึงการได้รับการต้อนรับจากชุมชนท้องถิ่นในระหว่างมาเยือน	400	2	5	4.03	0.645	มาก

4. การท่องเที่ยวส่งเสริมความหลากหลายและการมีส่วนร่วมในชุมชน	400	2	5	3.98	0.722	มาก
5. การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น	400	2	5	3.96	0.694	มาก

<b>โดยรวม</b>				<b>4.00</b>	<b>0.481</b>	<b>มาก</b>
---------------	--	--	--	-------------	--------------	------------

จากตารางที่ 23 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มิติด้านสังคม ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.481) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การท่องเที่ยวที่บึงกาฬได้ช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างผู้มาเยือนและคนในพื้นที่ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 0.708) รองลงมา รู้สึกถึงการได้รับการต้อนรับจากชุมชนท้องถิ่นในระหว่างมาเยือน ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = 0.645) และ การท่องเที่ยวช่วยในคนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 0.698)

ตารางที่ 24 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความสำคัญที่มีต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มิติด้านสิ่งแวดล้อม

มิติด้านสิ่งแวดล้อม	N	Min	Max	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. รับรู้ถึงการจัดสรรรายได้บางส่วนมาส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด	400	2	5	4.07	0.757	มาก
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น	400	2	5	4.00	0.747	มาก
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อม	400	2	5	4.12	0.709	มาก
4. กิจกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วมในแนวทางที่เป็น	400	2	5	4.08	0.714	มาก

มิตรกับสิ่งแวดล้อม

5. ท่านรับรู้ประชาชนในพื้นที่มีความรู้สึกหวงแหนและมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ	400	2	5	4.23	0.666	มากที่สุด
<b>โดยรวม</b>				<b>4.10</b>	<b>0.445</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 24 พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มิติด้านสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = 0.445) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ท่านรับรู้ประชาชนในพื้นที่มีความรู้สึกหวงแหนและมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = 0.666) รองลงมา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.709) และ กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.747)

#### 4.7 การวิเคราะห์สัมพันธภาพทุกคู่

1. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ด้วยกัน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์แต่ละตัวกับตัวแปรตาม ดังตารางที่ 4.7.1

ตารางที่ 25 เมตริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ และตัวแปรตาม

ตัวแปร	Plans	Safety	Service	Effectiveness
Plans	1	0.642**	0.702**	0.695**
Safety		1	0.643**	0.626**
Service			1	0.705**
Effectiveness				1

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 25 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ด้วยกันทั้งหมด 6 คู่ มีความสัมพันธ์กันในทางบวก ซึ่งตัวแปรพยากรณ์มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน ทั้งหมด 6 คู่ โดยตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) กับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) มีค่า

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.705 และตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุดคือ ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) กับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.626

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรตาม (Effectiveness) พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Effectiveness) ในทางบวก และตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Effectiveness) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.626 ถึง 0.705 ตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Effectiveness) สูงสุดคือ คือ มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.705 และตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Effective) ต่ำสุดคือ ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.626

2. ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 3 ตัว กับตัวแปรตามผลสัมฤทธิ์ด้านการสื่อสารที่มีต่อชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยรวมด้วยวิธี Enter (Multiple Regression Analysis) ปรากฏผลดังในตารางที่ 4.7.2

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE <sub>bj</sub>	$\beta$	t
Plans	0.353	0.045	0.372	7.896
Safety	0.112	0.038	0.111	2.939
Service	0.436	0.043	0.476	10.076

R=0.925, R<sup>2</sup> = 0.856, Adjusted R<sup>2</sup> = 0.855, SE<sub>est</sub> = 0.166, F = 786.017\*\*, a = 0.437

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 26 พบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) ร่วมกันพยากรณ์ ประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.353, 0.112 และ 0.436 ในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) เท่ากับ 0.372, 0.111 และ 0.476 ตามลำดับ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.925

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพของการสื่อสาร ได้ร้อยละ 85.6 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ( $SE_{est}$ ) เท่ากับ 0.166 และมีค่าคงที่ของสมการในรูปคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.437

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณจากตารางที่ 4.7.2 สามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ ประสิทธิภาพของการจัดการท่องเที่ยว ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\text{Effectiveness} = 0.437 + 0.353\text{Plans} + 0.112 \text{ Safety} + 0.436 \text{ Service}$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\text{Effectiveness} = 0.372\text{Plans} + 0.111\text{Safety} + 0.476\text{Service}$$

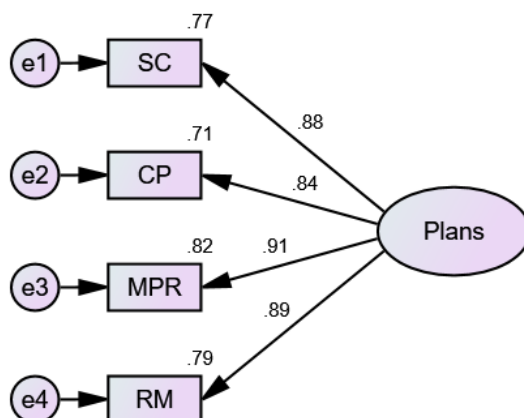
#### 4.8 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ถูกจัดทำขึ้นเพื่อตรวจสอบความตรงในเชิงทฤษฎีของตัวแบบการวัดกับข้อมูลในเชิงประจักษ์ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยผู้วิจัยได้ทำการจำแนกการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ตัวแบบ ได้แก่ ตัวแบบแผนงานด้านการท่องเที่ยว ตัวแบบความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ตัวแบบมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ตัวแปรประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว และตัวแบบในภาพรวมทั้งหมด มีรายละเอียดดังนี้

##### 4.8.1 ผลการตรวจตัวแบบแผนงานด้านการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาองค์ประกอบย่อยและตัวบ่งชี้ของตัวแบบแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ที่วัดได้จากตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปร คือ ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (SC) ด้านความร่วมมือ (CP) ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ (MPR) และด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง (RM)

พหุบัน ปณฺ ทิโต ชิว



Chi-square = .375, df = 2, P-value = .829, Chi-square/df = .187,  
GFI = 1.000, CFI = 1.000, NFI = 1.000, RMR = .001, RMSEA = .000

รูปภาพที่ 8 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบแผนงานด้านการท่องเที่ยว  
ตารางที่ 27 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบแผนงานด้านการท่องเที่ยว

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	$\lambda$	t	R <sup>2</sup>	$\rho_c$	$\rho_v$
แผนงานด้านการ	SC	0.88	-	0.77	0.932	0.774
ท่องเที่ยว (Plans)	CP	0.84	22.728**	0.71		
	MPR	0.91	26.099**	0.82		
	RM	0.89	24.963**	0.79		

หมายเหตุ \*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (P < 0.01)

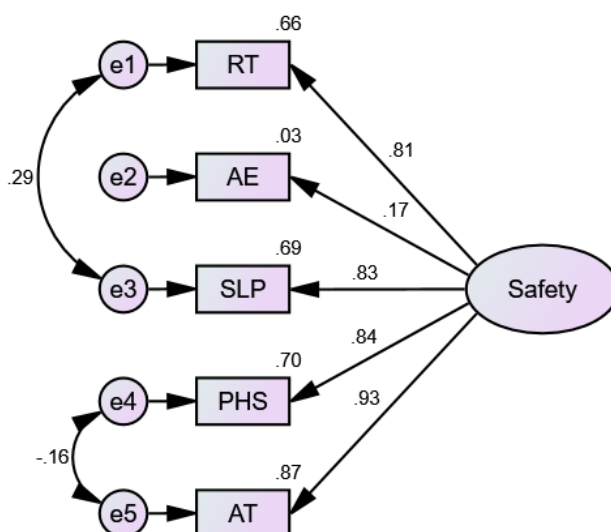
จากตารางที่ 27 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแล้ว พบว่า ตัวแบบแผนงานด้านการท่องเที่ยว มีความไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรับตัวแบบการวัดนี้ โดยทำการยินยอมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนได้ ซึ่งในการปรับปรุงนั้นผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงจากค่าดัชนีดัดแปลงตัวแบบการวัด (Modification Indices) ซึ่งจะทำความเข้าใจกับการพิจารณาถึงความเป็นเหตุเป็นผลทางทฤษฎี โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้ ตัวแบบทักษะในการสื่อสารหลังการปรับปรุงมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์/องศาอิสระ (Chi-Square/ Degree of Freedom) เท่ากับ 0.187 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.000 ซึ่งบ่งชี้ถึงความสอดคล้องที่ยอมรับได้ และเมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงของตัวแบบทักษะในการสื่อสาร ( $\rho_c$ ) เท่ากับ 0.932 มีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัว

แปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ ( $\rho_v$ ) เท่ากับ 0.774 และมีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.71 ถึง 0.82 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ( $\lambda$ ) อยู่ระหว่าง 0.84 ถึง 0.91 ซึ่งเมื่อพิจารณาทุกค่าแล้วเป็นบวกและแตกต่างจากจุดศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สูงสุด ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ (MPR) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่ำสุด ได้แก่ ด้านความร่วมมือ (CP)

สรุปได้ว่า โมเดลแผนงานด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้หลัก ได้แก่ ห่วงโซ่อุปทาน (SC), ความร่วมมือ (CP), กลยุทธ์การตลาด (MPR) และ การจัดการความเสี่ยง (RM) โดยผลการวิเคราะห์ CFA พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์สูงสุด ( $GFI=1.000$ ,  $RMSEA=0.000$ ) โดย MPR มีอิทธิพลสูงสุด ( $\lambda=0.91$ ) ตามด้วย RM ( $\lambda=0.89$ ) ค่าความน่าเชื่อถือรวม ( $\rho_c=0.932$ ) และค่าความแปรปรวน ( $\rho_v=0.774$ ) อยู่ในระดับดีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.71-0.82 แสดงว่าโมเดลนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ดี

#### 4.8.2 ผลการตรวจตัวแบบความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาองค์ประกอบย่อยและตัวบ่งชี้ของตัวแบบความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) ที่วัดได้จากตัวแปรสังเกต 5 ตัวแปร คือ มาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน) (RT) มาตรการจากการถูกแฮกเกอร์โจมตี (AE) มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน (SLP) มาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข (PHS) และมาตรการการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว (AT)



Chi-square = 2.928, df = 3, P-value = .403, Chi-square/df = .976, GFI = .997, CFI = 1.000, NFI = .998, RMR = .004, RMSEA = .000

รูปภาพที่ 9 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 28 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	$\lambda$	t	R <sup>2</sup>	$\rho_c$	$\rho_v$
ความปลอดภัย	RT	0.81	-	0.66	0.863	0.591
ด้านการท่องเที่ยว (Safety)	AE	0.17	3.306**	0.03		
	SLP	0.83	23.317**	0.69		
	PHS	0.84	5.301**	0.70		
	AT	0.93	5.370**	0.87		

หมายเหตุ \*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (P < 0.01)

จากตารางที่ 28 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันแล้ว พบว่า ตัวแบบความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว มีความไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรับตัวแบบการวัดนี้ โดยทำการยินยอมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนได้ ซึ่งในการปรับปรุงนั้นผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงจากค่าดัชนีดัดแปลงตัวแบบการวัด (Modification Indices) ซึ่งจะทำให้ควบคู่ไปกับการพิจารณาถึงความเป็นเหตุเป็นผลทางทฤษฎี โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้ ตัวแบบความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวหลังการ

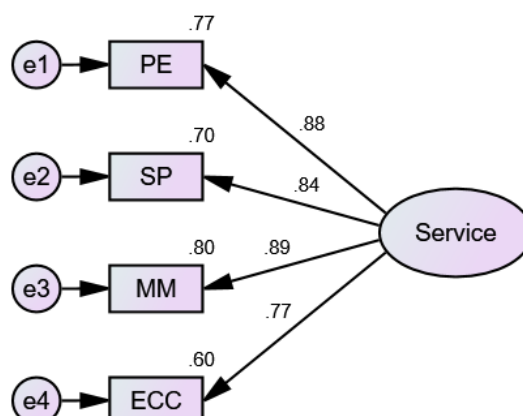
ปรับปรุงมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์/องศาอิสระ (Chi-Square/Degree of Freedom) เท่ากับ 0.976 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.997 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.000 ซึ่งบ่งชี้ถึงความสอดคล้องที่ยอมรับได้ และเมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงของตัวแบบความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ( $\rho_c$ ) เท่ากับ 0.863 มีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ ( $\rho_v$ ) เท่ากับ 0.591 และมีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.03 ถึง 0.87 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ( $\lambda$ ) อยู่ระหว่าง 0.17 ถึง 0.93 ซึ่งเมื่อพิจารณาทุกค่าแล้วเป็นบวกและแตกต่างจากจุดศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สูงสุด ได้แก่ มาตรการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (AT) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่ำสุด ได้แก่ มาตรการจากการถูกเอารัดเอาเปรียบ (AE)

สรุปได้ว่า โมเดลความปลอดภัยประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้ โดยการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (AT) มีอิทธิพลสูงสุด ( $\lambda=0.93$ ) ขณะที่ การถูกเอารัดเอาเปรียบ (AE) มีอิทธิพลต่ำสุด ( $\lambda=0.17$ ) แม้โมเดลจะมีค่าความสอดคล้องดี (CFI=1.000) แต่ค่าความแปรปรวน ( $\rho_v=0.591$ ) และ  $R^2$  บางตัว (เช่น AE=0.03) ชี้ให้เห็นว่าตัวบ่งชี้บางส่วนอาจต้องการการปรับปรุงเพิ่มเติม

#### 4.8.3 ผลการตรวจตัวแบบมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาองค์ประกอบย่อยและตัวบ่งชี้ของตัวแบบมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) ที่วัดได้จากตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปร คือ สถานที่และสิ่งแวดล้อม (PE) การให้บริการ (SP) การบริหารจัดการ (MM) และจริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน (ECC)

พหุ ประถมศึกษา



Chi-square = 3.417, df = 2, P-value = .181, Chi-square/df = 1.709,  
GFI = .996, CFI = .999, NFI = .997, RMR = .003, RMSEA = .042

รูปภาพที่ 10 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว  
ตารางที่ 29 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	$\lambda$	t	R <sup>2</sup>	$\rho_c$	$\rho_v$
มาตรฐานการ	PE	0.88	-	0.77	0.910	0.717
บริการด้านการ	SP	0.84	21.606**	0.70		
ท่องเที่ยว	MM	0.89	23.890**	0.80		
(Service)	ECC	0.77	18.913**	0.80		

หมายเหตุ \*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (P < 0.01)

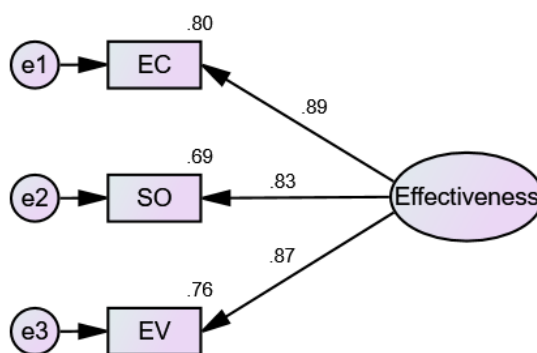
จากตารางที่ 29 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบเชิงยืนยันแล้ว พบว่า ตัวแบบมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว มีความไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรับตัวแบบการวัดนี้ โดยทำการยินยอมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนได้ ซึ่งในการปรับปรุงนั้นผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงจากค่าดัชนีตัดแปรงตัวแบบการวัด (Modification Indices) ซึ่งจะทำความเข้าใจกับการพิจารณาถึงความเป็นเหตุเป็นผลทางทฤษฎี โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังนี้ ตัวแบบมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวหลังการปรับปรุงมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์/องศาอิสระ (Chi-Square/ Degree of Freedom) เท่ากับ 1.709 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.996 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.999 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.042 ซึ่งบ่งชี้ถึงความสอดคล้องที่ยอมรับได้ และเมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงของตัวแบบมาตรฐานการบริการด้านการ

ท่องเที่ยว ( $\rho_c$ ) เท่ากับ 0.910 มีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ ( $\rho_v$ ) เท่ากับ 0.717 และมีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.60 ถึง 0.80 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ( $\lambda$ ) อยู่ระหว่าง 0.77 ถึง 0.89 ซึ่งเมื่อพิจารณาทุกค่าแล้วเป็นบวกและแตกต่างจากจุดศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สูงสุด ได้แก่ การบริหารจัดการ (MM) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่ำสุด ได้แก่ จริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน (ECC)

โดยสรุป โมเดลนี้วัดจาก 4 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ สถานที่และสิ่งแวดล้อม (PE), การบริการ (SP), การบริหารจัดการ (MM) และ จริยธรรม (ECC) โดย MM มีอิทธิพลสูงสุด ( $\lambda=0.89$ ) สะท้อนถึงความสำคัญของการจัดการที่มีประสิทธิภาพค่าความน่าเชื่อถือรวม ( $\rho_c=0.910$ ) และค่าดัชนีความสอดคล้อง (RMSEA=0.042) อยู่ในเกณฑ์ยอมรับ ECC มีอิทธิพลต่ำสุด ( $\lambda=0.77$ ) ซึ่งว่าจรรยาบรรณอาจไม่ใช่ปัจจัยหลักในการรับรู้มาตรฐานบริการ

#### 4.8.4 ผลการตรวจตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาองค์ประกอบย่อยและตัวบ่งชี้ของตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) ที่วัดได้จากตัวแปรสังเกต 3 ตัวแปร คือ มิติด้านเศรษฐกิจ (EC) มิติด้านสังคม (SO) และ มิติด้านสิ่งแวดล้อม (EV)



Chi-square = .073, df = 1, P-value = .787, Chi-square/df = .073, GFI = 1.000, CFI = 1.000, NFI = 1.000, RMR = .003, RMSEA = .000

รูปภาพที่ 11 การตรวจสอบความตรงของตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว

ตารางที่ 30 ผลการตรวจสอบความตรงตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้	$\lambda$	t	R <sup>2</sup>	$\rho_c$	$\rho_v$
ประสิทธิผลของ	EC	0.89	-	0.80	0.899	0.748
การจัดการ	SO	0.83	22.754**	0.69		
ท่องเที่ยว	EV	0.87	24.815**	0.76		

(Effectiveness)

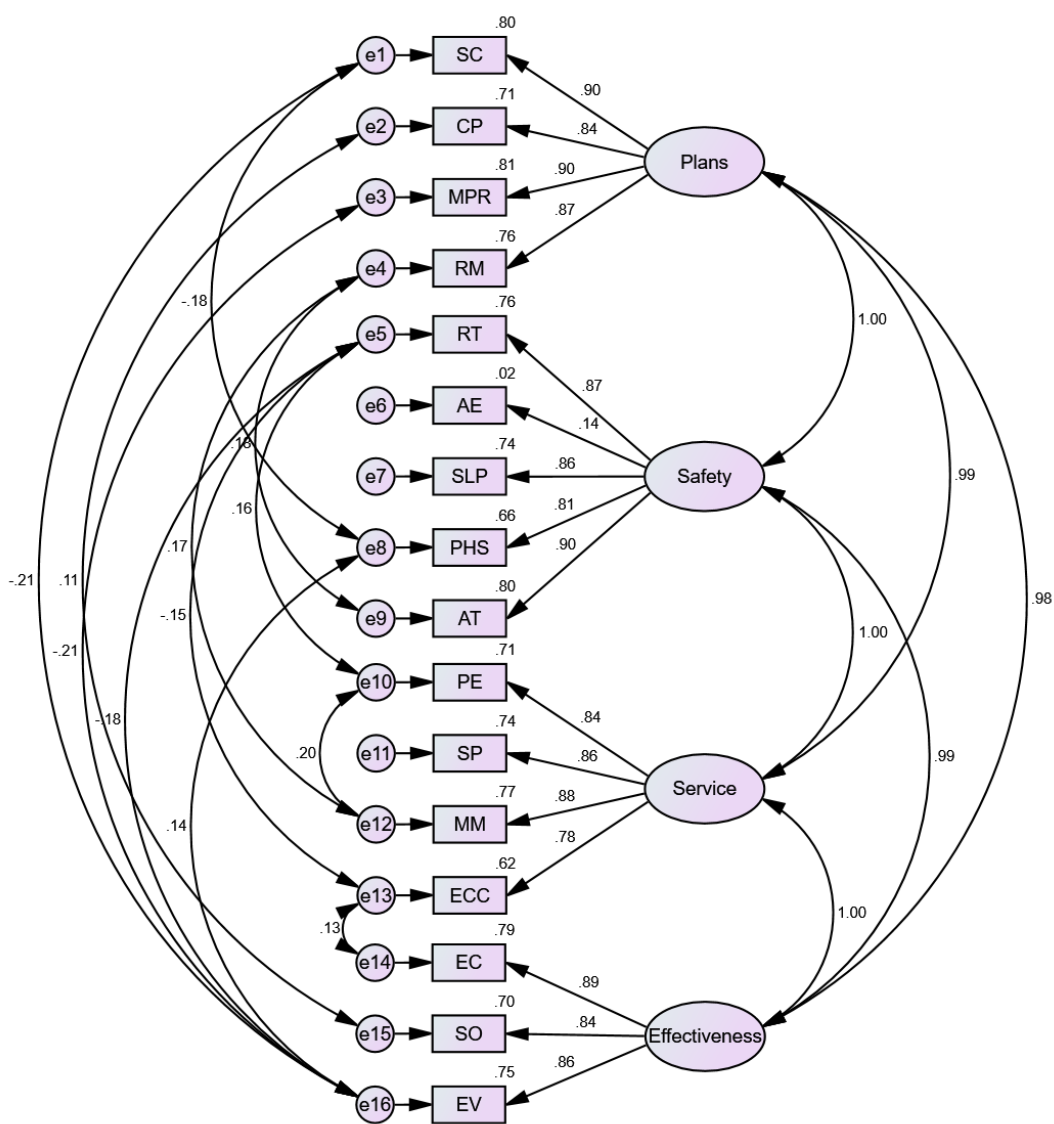
หมายเหตุ \*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (P &lt; 0.01)

จากตารางที่ 30 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันแล้ว พบว่า ตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มีความไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรับตัวแบบการวัดนี้ โดยทำการยินยอมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนได้ ซึ่งในการปรับปรุงนั้นผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงจากค่าดัชนีตัดแปรงตัวแบบการวัด (Modification Indices) ซึ่งจะทำให้ค่าคงที่ไปกับการพิจารณาถึงความเป็นเหตุเป็นผลทางทฤษฎี โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้ ตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยวหลังการปรับปรุงมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์/องศาอิสระ (Chi-Square/Degree of Freedom) เท่ากับ 0.073 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.000 ซึ่งบ่งชี้ถึงความสอดคล้องที่ยอมรับได้ และเมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงของตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว ( $\rho_c$ ) เท่ากับ 0.899 มีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ ( $\rho_v$ ) เท่ากับ 0.748 และมีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R<sup>2</sup>) อยู่ระหว่าง 0.69 ถึง 0.80 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ( $\lambda$ ) อยู่ระหว่าง 0.83 ถึง 0.89 ซึ่งเมื่อพิจารณาทุกค่าแล้วเป็นบวกและแตกต่างจากจุดศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สูงสุด ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ (EC) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่ำสุด ได้แก่ มิติด้านสังคม (SO)

สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการจัดการวัดผ่าน 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ (EC), สังคม (SO) และสิ่งแวดล้อม (EV) โดย EC มีอิทธิพลสูงสุด ( $\lambda=0.89$ ) สอดคล้องกับบทบาทการท่องเที่ยวต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจโมเดลมีความสอดคล้องสมบูรณ์แบบ (GFI=1.000, RMSEA=0.000) ค่าความแปรปรวน ( $\rho_v=0.748$ ) และ R<sup>2</sup> อยู่ระหว่าง 0.69-0.80 ซึ่งว่าตัวบ่งชี้ครอบคลุมประเด็นสำคัญ

### 4.8.5 ผลการตรวจตัวแบบทั้งหมดในภาพรวม

ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาองค์ประกอบย่อยและตัวบ่งชี้ตัวแบบในภาพรวมที่วัดได้จากตัวแปรสังเกต 16 ตัวแปรจาก 4 ตัวแปรแฝง คือ ตัวแปรแฝงแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ตัวแปรแฝงความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) ตัวแปรมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) และตัวแปรแฝงประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness)



Chi-square = 90.643,df = 86,P-value = .345, Chi-square/df = 1.054,  
 GFI = .972, CFI = .999, NFI = .987, RMR=.005, RMSEA = .012

รูปภาพที่ 12การตรวจสอบความตรงของตัวแบบทั้งหมดในภาพรวม

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแล้ว พบว่า ตัวแบบที่ใช้ในการศึกษามีความไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้อง ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรับตัวแบบการวัดนี้ โดยทำการยินยอมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างความคลาดเคลื่อนได้ ซึ่งในการปรับปรุงนั้นผู้วิจัยได้พิจารณาปรับปรุงจากค่าดัชนีวัดการปรับตัวแบบการวัด (Modification Indices) ซึ่งจะทำให้ควบคู่ไปกับการพิจารณาถึงความเป็นเหตุเป็นผลทางทฤษฎี โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้ ตัวแบบพฤติกรรมการใช้บริการหลังการปรับปรุงมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์/องศาอิสระ (Chi-Square/ Degree of Freedom) เท่ากับ 1.054 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 และจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.972 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.999 ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.012 ซึ่งส่วนใหญ่บ่งชี้ถึงความสอดคล้องที่ยอมรับได้ และเมื่อพิจารณาค่าความน่าเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงของตัวแบบพฤติกรรมการใช้บริการ ( $\rho_c$ ) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.864-0.931 มีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ ( $\rho_v$ ) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.596-0.772 และมีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.02 ถึง 0.81 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ( $\lambda$ ) อยู่ระหว่าง 0.14 ถึง 0.90

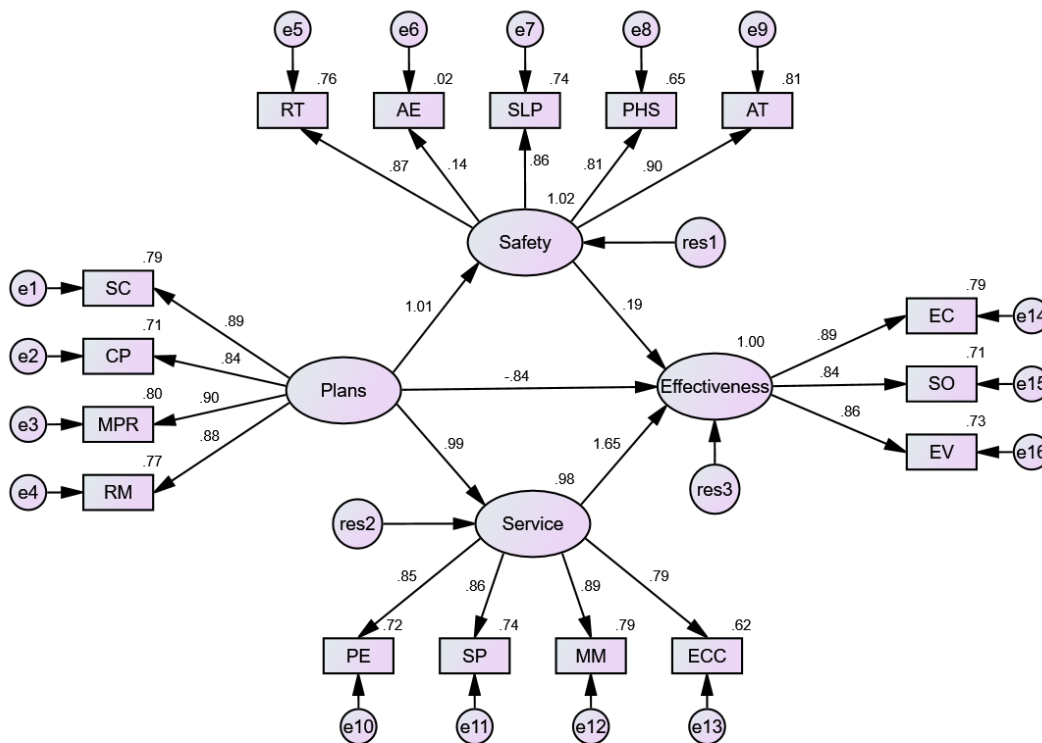
โดยสรุปโมเดลสมการโครงสร้างรวมหลังปรับปรุง (Chi-square/df= 1.122, RMSEA=0.017) แสดงให้เห็นว่า: แผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางอ้อมสูงสุดต่อประสิทธิผลผ่านปัจจัยความปลอดภัยและมาตรฐานบริการ (IE=0.57\*\*) มาตรฐานบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล (DE=0.49\*) ปัจจัยทั้งหมดร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลได้ถึง 98% ( $R^2=0.98$ ) ซึ่งการวิเคราะห์ SEM ยืนยันว่า แผนงานการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยฐานที่ส่งผลต่อความปลอดภัยและมาตรฐานบริการ ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้ขับเคลื่อนประสิทธิผลการจัดการได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะมาตรฐานบริการที่ส่งผลทางตรงชัดเจน ขณะที่ความปลอดภัยจำเป็นต้องอาศัยการทำงานผ่านกลไกอื่น ๆ ข้อค้นพบนี้เน้นย้ำความสำคัญของการออกแบบแผนงานเชิงรุกและการยกระดับมาตรฐานบริการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬอย่างยั่งยืน

#### 4.9 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานของการศึกษาที่นำเสนอไว้ในบทที่ 2 เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว ตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบอิทธิพลทางตรง (direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) และอิทธิพลรวม (total effect) ต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว โดยการวิจัยครั้งนี้ได้นำตัวแปรสังเกตจำนวน 16 ตัวแปรของตัว

แปรแฝงจำนวน 4 ตัวแปร มาวิเคราะห์ตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบการวิจัยในรูปแบบก่อนและหลังการปรับตัวแบบ มีรายละเอียดดังนี้

4.9.1 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องตัวแบบสมการโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว



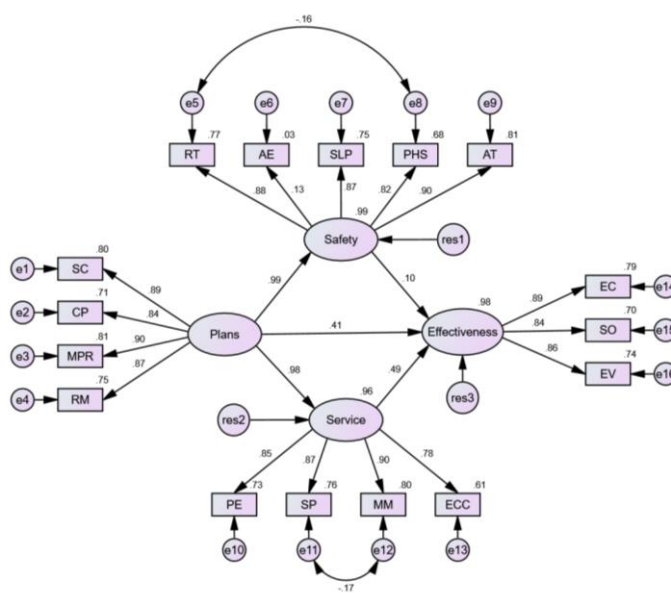
Chi-square = 206.189, df = 99, P-value = .000, Chi-square/df = 2.083, GFI = .936, CFI = .984, NFI = .970, RMR = .006, RMSEA = .052

รูปภาพที่ 13 ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว ก่อนการปรับโมเดล

เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมการเชิงโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว ที่ตั้งไว้ตามสมมติฐานที่เสนอกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ก่อนปรับตัวแบบการวิจัย มีค่าไค-สแควร์ ต่อค่าองศาอิสระ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 2.083 โดยมีค่ามากกว่า

2 ส่วนค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.936 มีค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.052 มีดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.984 และมีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของค่าความคลาดเคลื่อน (RMR) เท่ากับ 0.006 ซึ่งมีบางดัชนีไม่เป็นไปตามเงื่อนไข ดังที่ได้แสดงในภาพที่ 4.6

จากผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องต่างๆ พบว่า ตัวแบบสมการโครงสร้างของทักษะความรู้ ความเข้าใจและทัศนคติของผู้พูดที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการสื่อสารที่มีต่อชุมชนและนักท่องเที่ยว ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นจึงมีการพิจารณาการปรับตัวแบบ โดยพิจารณาความเป็นไปได้เชิงทฤษฎีและอาศัยดัชนีปรับโมเดล (model modification indices: MI) ซึ่งเป็นการปรับโมเดลตามข้อเสนอแนะที่โปรแกรม Amos นำเสนอให้ซึ่งจะทำให้ค่าไค-สแควร์ ลดลง โดยการผ่อนปรนข้อเงื่อนไขโดยการกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อนให้มีความสัมพันธ์กันได้ ซึ่งจะได้นำข้อมูลที่ได้เสนอแนะไว้ไปทำการปรับปรุงโมเดลจนมีเกณฑ์ดัชนีความสอดคล้องอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ผลจากการปรับโมเดลทำให้ได้ตัวแบบการวิจัยดังภาพที่ 4.7 ซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้องตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้



Chi-square = 95.336, df = 85, P-value = .208, Chi-square/df = 1.122, GFI = .971, CFI = .998, NFI = .986, RMR = .004, RMSEA = .017

รูปภาพที่ 14 ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว หลังการปรับโมเดล

เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมการเชิงโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว ที่ตั้งไว้ตามสมมติฐานที่เสนอกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังการปรับตัวแบบการวิจัย มีค่าไค-สแควร์ ต่อค่าองศาอิสระ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 1.122 โดยมีค่าน้อยกว่า 2 และจากค่าไค-สแควร์ มีความไวต่อขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จึงเสนอว่าให้พิจารณาดัชนีอื่นประกอบด้วย ซึ่งค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.971 มีค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.017 มีดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.998 และมีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของค่าความคลาดเคลื่อน (RMR) เท่ากับ 0.004 จึงเป็นไปตามเงื่อนไข สรุปได้ว่า ตัวแบบสมการเชิงโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว หลังการปรับตัวแบบการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้

#### 4.10 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม ตามตารางที่ 4.10.1 พบว่า ประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว เป็นตัวแปรตาม จะได้รับอิทธิพลรวมในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากปัจจัยเชิงสาเหตุมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.49 โดยเป็นอิทธิพลทางตรงทั้งหมดและไม่มีอิทธิพลทางอ้อม ส่วนปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และปัจจัยมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว เป็นตัวแปรก จะได้รับอิทธิพลรวมในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากปัจจัยเชิงสาเหตุแผนงานด้านการท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.99 และ 0.98 ตามลำดับ โดยเป็นอิทธิพลทางตรงทั้งหมดและไม่มีอิทธิพลทางอ้อม

ตารางที่ 31 หน้าหนักอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม

Endogenous variables	R <sup>2</sup>	Effect	Exogeneous Variable		
			แผนงานด้าน การท่องเที่ยว (Plans)	ความ ปลอดภัยด้าน การท่องเที่ยว (Safety)	มาตรฐานการ บริการด้าน การท่องเที่ยว (Service)
ความปลอดภัยด้าน	0.99	Direct Effect	0.99**	-	-

การท่องเที่ยว (Safety)		Indirect Effect	-	-	-
		Total Effect	0.99**	-	-
มาตรฐานการ บริการด้านการ ท่องเที่ยว (Service)	0.96	Direct Effect	0.98**	-	-
		Indirect Effect	-	-	-
		Total Effect	0.98**	-	-
ประสิทธิผลของการ จัดการท่องเที่ยว (Effectiveness)	0.98	Direct Effect	0.41	0.10	0.49*
		Indirect Effect	0.57**	-	-
		Total Effect	0.98**	0.10	0.49*

หมายเหตุ \*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $P < 0.01$ )

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $P < 0.05$ )

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 (H1) ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 4.7 และตารางที่ 4.10.1 พบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) มีอิทธิพลทางตรง (DE) ต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Plans  $\rightarrow$  Effectiveness,  $\lambda = 0.49$ ,  $p > .05$ ) อย่างไรก็ตามปัจจัยแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) มีอิทธิพลทางอ้อม (IE) ต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) โดยผ่านปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) และ ปัจจัยมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) เท่ากับ 0.57 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Plans  $\rightarrow$  Safety  $\rightarrow$  Service  $\rightarrow$  Effectiveness,  $\lambda = 0.57$ ,  $p < .01$ ) และพบว่าสัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.98 ( $R^2 = 0.98$ ) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 98 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัย ประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) และ ปัจจัยมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปฏิเสธว่า ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์เส้นทางเชิงสาเหตุ (Path Analysis) พบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลการจัดการ (DE=0.41,  $p > 0.05$ ) อย่างไรก็ตาม มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยความปลอดภัยและมาตรฐานบริการในระดับสูง (IE=0.57,  $p < 0.01$ ) โดยตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ถึง 98% ( $R^2=0.98$ ) แสดงให้เห็นว่า

แผนงานทำหน้าที่เป็นปัจจัยฐาน (Foundational Factor) ที่ส่งผลผ่านกลไกการปรับใช้ในทางปฏิบัติ ดังนั้น สมมติฐานนี้จึง**ไม่สามารถปฏิเสธได้อย่างสิ้นเชิง** เนื่องจากมีอิทธิพลทางอ้อมที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (H2) ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 4.7 และตารางที่ 31 พบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) มีอิทธิพลต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) อยู่ในระดับสูงมาก และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Plans  $\rightarrow$  Safety,  $\lambda = 0.99$ ,  $p < .01$ ) และพบว่า สัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.99 ( $R^2 = 0.99$ ) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 99 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ยอมรับว่า ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก

สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์เส้นทางพบอิทธิพลทางตรงในระดับสูงมาก ( $\lambda=0.99$ ,  $p<0.01$ ) โดยตัวแบบอธิบายความแปรปรวนของความปลอดภัยได้ 99% ( $R^2=0.99$ ) สอดคล้องกับดัชนีความสอดคล้องตัวแบบหลังปรับปรุง ( $\chi^2/df=1.122$ ,  $RMSEA=0.017$ ) ซึ่งบ่งชี้ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ชัดเจนระหว่างการวางแผนเชิงกลยุทธ์กับการสร้างระบบความปลอดภัย จึง**ยอมรับสมมติฐานนี้**

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 3 (H3) ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 4.7 และตารางที่ 4.10.1 พบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) มีอิทธิพลต่อมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) อยู่ในระดับสูงมาก และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Plans  $\rightarrow$  Service,  $\lambda = 0.98$ ,  $p < .01$ ) และพบว่า สัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.96 ( $R^2 = 0.96$ ) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 96 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัยมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ยอมรับว่า ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก

โดยสรุป การวิเคราะห์แสดงอิทธิพลทางตรงในระดับสูง ( $\lambda=0.98, p<0.01$ ) โดยมีค่าความแปรปรวนที่ถูกอธิบาย 96% ( $R^2=0.96$ ) สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Concept) ที่เน้นการแปลงแผนเป็นมาตรฐานปฏิบัติงาน **จึงยอมรับสมมติฐานนี้**

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 4 (H4) ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 4.7 และตารางที่ 4.10.1 พบว่า ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) มีอิทธิพลทางตรง (DE) ต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) **อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ** (Safety  $\rightarrow$  Effectiveness,  $\lambda = 0.10, p > .05$ ) และพบว่าสัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.98 ( $R^2 = 0.98$ ) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 98 ของค่าความแปรปรวนในปัจจุบัน ประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) สามารถถูกอธิบายและทำนายปัจจัยแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) และปัจจัยมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ปฏิเสธว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าความปลอดภัยเป็นเรื่องที่จับต้องยาก และนักท่องเที่ยวอาจไม่ได้ตระหนักถึงผลกระทบโดยตรง แต่ถึงอย่างนั้น ความปลอดภัยก็ยังเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างยั่งยืน โดยสรุปผลการทดสอบพบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\lambda=0.10, p>0.05$ ) แม้จะมีส่วนสนับสนุนเชิงโครงสร้างผ่านดัชนี  $GFI=0.971$  และ  $CFI=0.998$  แต่ขาดหลักฐานเชิงประจักษ์เพียงพอที่จะยืนยันอิทธิพลทางตรง **จึงปฏิเสธสมมติฐานนี้**

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 5 (H5) ปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 4.7 และตารางที่ 4.10.1 พบว่า มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) อยู่ในระดับปานกลาง และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Service  $\rightarrow$  Effectiveness,  $\lambda = 0.49, p < .05$ ) และพบว่า สัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.98 ( $R^2 = 0.98$ ) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 98 ของค่าความแปรปรวนในปัจจุบันความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) และปัจจัยมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่

5 ยอมรับว่า ปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก สรุปลงได้ว่า ยอมรับสมมติฐานเนื่องจากมาตรฐานการบริการส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\lambda=0.49$ ,  $p<0.05$ ) นั่นหมายความว่า การบริการที่ดีจะทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและกลับมาเที่ยวอีก ซึ่งส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวโดยรวม โดยสรุป ผลการวิเคราะห์ยืนยันอิทธิพลทางตรงในระดับปานกลาง ( $\lambda=0.49$ ,  $p<0.05$ ) สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการคุณภาพบริการ (Service Quality Management) ที่เน้นการสร้างประสบการณ์นักท่องเที่ยว โดยมีค่าความแปรปรวนที่ถูกต้องอธิบายสูง ( $R^2=0.98$ )<sup>1</sup> จึงยอมรับสมมติฐานนี้

ผลการวิเคราะห์ภาพรวมเชิงวิชาการ การทดสอบสมมติฐานด้วย SEM พบว่า แผนงานทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับ (Regulatory Variable) ผ่านกลไกสองระดับคือ 1) การออกแบบระบบผ่านมาตรฐานบริการ (Service Standardization) และ 2) การสร้างกลไกความปลอดภัย (Safety Mechanism) ในขณะที่มาตรฐานบริการแสดงบทบาทตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Variable) หลักต่อประสิทธิผลการจัดการ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Management) ที่ต้องการการบูรณาการระหว่างการวางแผนเชิงนโยบายกับการปฏิบัติการเชิงพื้นที่

#### 4.11 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญงานวิจัยเรื่องบทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ สามารถแบ่งได้ดังนี้

##### 4.11.1 แผนด้านการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การพัฒนาแผนด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิผลเป็นสิ่งสำคัญในการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬ และสามารถสร้างประโยชน์ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยแผนการท่องเที่ยวจะต้องครอบคลุมมิติต่างๆ ทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การตลาด การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่มีเอกลักษณ์และคุณค่าต่อทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น

“ผมมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแผนด้านการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ ซึ่งจะช่วยให้เกิดประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ คือ ๑. พัฒนาอัตลักษณ์การ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ สร้างจุดเด่นของบึงกาฬด้วยการออกแบบแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวที่เน้นอัตลักษณ์เฉพาะตัว โดยเชื่อมโยงวัฒนธรรมท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ และทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น เช่น แม่น้ำโขง แหล่งโบราณคดี และวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงลึก ๒. เรื่องการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคม ลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างเป็นระบบ ทั้งถนน ระบบขนส่งสาธารณะ จุดพักรถ ป้ายบอกทาง และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจและความปลอดภัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยว ๓. ส่งเสริมการตลาดดิจิทัลและการประชาสัมพันธ์ พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ครอบคลุมและทันสมัย สร้างคอนเทนต์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ใช้สื่อสังคมออนไลน์และอินฟลูเอนเซอร์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬ รวมถึงพัฒนาแอปพลิเคชันท่องเที่ยวเฉพาะของบึงกาฬ ๔. พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชน สนับสนุนและฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชนผ่านการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมให้ชุมชนสร้างผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรม จัดทำโฮมสเตย์คุณภาพ และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แท้จริง ๕. สร้างระบบนิเวศการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน วางแผนจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ กำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชน ๖. พัฒนาบุคลากรและยกระดับคุณภาพการบริการ จัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เน้นทักษะการสื่อสาร การบริการ และความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น รวมถึงการสร้างมาตรฐานการบริการระดับสากล ๗. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน พัฒนาเส้นทางการ

ท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับ สปป.ลาว และจังหวัดใกล้เคียง สร้าง  
 แพคเกจท่องเที่ยวร่วมกัน อำนวยความสะดวกด้านวีซ่าและ  
 การผ่านแดน เพื่อเพิ่มมูลค่าและดึงดูดนักท่องเที่ยว  
 นานาชาติ ๘. ขยายฤดูกาลท่องเที่ยวและสร้างกิจกรรม  
 พิเศษ ออกแบบกิจกรรมและเทศกาลประจำปีที่หลากหลาย  
 เช่น งานประเพณีท้องถิ่น เทศกาลอาหาร การแข่งขันกีฬา  
 และกิจกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวตลอด  
 ทั้งปี ๙. พัฒนาระบบความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวก  
 จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกและความปลอดภัย  
 สำหรับนักท่องเที่ยว พัฒนาระบบการสื่อสารฉุกเฉิน จัด  
 หน่วยบริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว รวมถึงการ  
 ประกันภัยการท่องเที่ยว ๑๐. สร้างระบบข้อมูลและการ  
 วิจัยเพื่อการพัฒนา จัดทำระบบเก็บข้อมูลสถิติ  
 นักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ สนับสนุนการวิจัยเพื่อ  
 พัฒนาการท่องเที่ยว ติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง  
 เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวอย่างมี  
 ประสิทธิภาพ และผมยังมีข้อเสนอแนะเหล่านี้  
 ครอบคลุมมิติต่างๆ ทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน  
 การตลาด การสร้างประสบการณ์ การอนุรักษ์ และการ  
 พัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นให้จังหวัดบึงกาฬเป็น  
 จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และคุณค่า  
 ทั้งนี้ การขับเคลื่อนแผนจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุก  
 ภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เพื่อให้บรรลุ  
 เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ซึ่งจะช่วย  
 ยกระดับการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ สร้างรายได้ กระจาย  
 ความเจริญ และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 :หน่วยงานและองค์กรภาครัฐ

“ควรมีการจัดระดมความร่วมมือจัดทำหลักสูตร  
 ท่องถิ่น ด้านการท่องเที่ยวบรรจุในแผนการจัดการศึกษา  
 จังหวัดบึงกาฬ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 :นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ

“แผนด้านการท่องเที่ยว ควรมีการจัดทำและบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว หน่วยงานที่ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว ภาคเอกชน ชุมชน ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาไปในทิศทางที่ดี การยกระดับการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นและมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 :หน่วยงานและองค์กรภาครัฐ

“ควรมีการจัดระดับความรู้ ความร่วมมือ จัดทำหลักสูตรเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยว บรรจุในแผนการจัดการศึกษาจังหวัดบึงกาฬ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 :ผู้นำทางศาสนาหรือผู้นำในชุมชน

“ผมมองว่าจังหวัดบึงกาฬมีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูง แต่ยังต้องพัฒนาในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและอาหาร และการพัฒนาสินค้าและบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การท่องเที่ยวบึงกาฬเติบโตอย่างยั่งยืน การส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน การพัฒนาการจัดการระบบการจองที่พัก การเดินทาง และการส่งเสริมการทำตลาดออนไลน์ จะเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 :ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า จากข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า แผนด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพจะประกอบไปด้วยการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวที่เน้นความหลากหลายของวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยใช้จุดเด่นของจังหวัด เช่น แม่น้ำโขง แหล่งโบราณคดี และวิถีชีวิตชุมชน

ริมน้ำ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงลึก นอกจากนี้ยังต้องมีการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่มาเยือน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์จังหวัดบึงกาฬ เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันเฉพาะและแพลตฟอร์มดิจิทัล จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สปป.ลาว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในระดับชุมชน และการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า จะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็ต้องมีการวางแผนเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน

ดังนั้น ข้อเสนอแนะดังกล่าวเน้นการพัฒนาแผนการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน ซึ่งจะสำเร็จได้จากความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน การบูรณาการการทำงานร่วมกันจะช่วยยกระดับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนในระยะยาว

#### 4.11.2 ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทในความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะในจังหวัดบึงกาฬ ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ การให้ความสำคัญกับมาตรการความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัด จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มตัวอย่าง พบว่า

“ผมมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้เกิดประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ คือ ๑. ตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกปลอดภัยและช่วยเหลือนักท่องเที่ยวแบบบูรณาการ จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานความมั่นคง ตำรวจท่องเที่ยว สาธารณสุข และหน่วยกู้ภัย ให้บริการช่วยเหลือฉุกเฉิน รับแจ้งเหตุ และประสานงานแบบครบวงจร พร้อมระบบติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ๒. สร้างระบบเตือนภัยและสื่อสารความปลอดภัยอัจฉริยะ พัฒนาแอปพลิเคชันและระบบแจ้งเตือนความปลอดภัยสำหรับ



ระบบการสื่อสารและแจ้งเตือนที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ๙. พัฒนาระบบขนส่งและความปลอดภัยทางถนน ปรับปรุงมาตรฐานความปลอดภัยในการขนส่งและเส้นทางการท่องเที่ยว ตรวจสอบและซ่อมบำรุงถนน ติดตั้งป้ายเตือน จุดพักรถ และระบบสัญญาณจราจร ส่งเสริมมาตรการความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่เขายานพาหนะ ๑๐. สร้างระบบข้อมูลและการวิเคราะห์เพื่อการพัฒนา จัดทำฐานข้อมูลสถิติความปลอดภัย วิเคราะห์แนวโน้มและความเสี่ยง จัดทำรายงานและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนามาตรการความปลอดภัยอย่างเป็นระบบ และผมยังมีข้อเสนอแนะเหล่านี้

ครอบคลุมมิติต่างๆ ของความปลอดภัย ตั้งแต่การป้องกันการให้ความช่วยเหลือ และการบริหารจัดการ โดยมุ่งเน้นการสร้างความปลอดภัยและความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

อย่างเป็นระบบและครอบคลุม ทั้งนี้ ความสำเร็จของแผนจะขึ้นอยู่กับความร่วมมือและการดำเนินงานอย่างจริงจังจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมภาพลักษณ์ของจังหวัดบึงกาฬให้เป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยและน่าดึงดูด โดยต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 :หน่วยงานและองค์กรภาครัฐ

“ ควรมีการจัดทำมาตรฐานความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 :นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ

“ ในปัจจุบันจังหวัดบึงกาฬมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทำให้ต้องมีการดูแลความปลอดภัยอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล ปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือ อุบัติเหตุทางถนน การลักทรัพย์ และการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ในอนาคตอันใกล้ทางหน่วยงานของรัฐจะจัด

พหุ ประเด็น

อบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เกี่ยวกับการดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว จัดทำป้ายเตือนและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว เช่น เบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉิน และข้อควรระวังต่างๆ และจะทำให้ทัศนคติตั้งกล้องวงจรปิดในจุดเสี่ยงต่างๆเพิ่มขึ้นเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 :หน่วยงานและองค์กรภาครัฐ

“ควรมีการจัดทำมาตรฐานด้านความปลอดภัยการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 :ผู้นำทางศาสนาหรือผู้นำในชุมชน

“ผมมองว่าจริงๆความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากที่สุดนะครับท่าน ผมอย่างให้ช่วยในการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ การติดตั้งกล้องวงจรปิด การให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว และการประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน เป็นสิ่งสำคัญในการดูแลความปลอดภัย มีการรณรงค์เรื่องการเมาแล้วขับ และการดูแลเรื่องแสงสว่างในบริเวณต่างๆ เป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 :ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า จากข้อมูลและข้อเสนอแนะจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การเสริมสร้างความปลอดภัยในด้านต่างๆ ของการท่องเที่ยวเป็นการสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว และช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ โดยการตั้งศูนย์อำนวยความสะดวก ปลอดภัยและระบบเตือนภัยที่มีความทันสมัย การอบรมบุคลากร และการพัฒนาระบบขนส่งและความปลอดภัยทางถนน รวมถึงมาตรการด้านสุขอนามัยและการเตรียมพร้อมรับมือภัยธรรมชาติ ล้วนเป็นสิ่งที่สำคัญในการเพิ่มความปลอดภัยและลดความเสี่ยงในสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ทำให้การพัฒนาแนวทางการดำเนินงานเหล่านี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้สามารถสร้างระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุม ทั้งในด้านการป้องกัน การให้ความช่วยเหลือ และการบริหารจัดการเหตุการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งจะช่วยให้จังหวัดบึงกาฬกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยและน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว

ดังนั้น การดำเนินการด้านความปลอดภัยในจังหวัดบึงกาฬจึงเป็นสิ่งที่ต้องได้รับความใส่ใจและการดำเนินการอย่างจริงจัง เพื่อให้การท่องเที่ยวในพื้นที่เติบโตอย่างยั่งยืนและมีคุณภาพ ทั้งนี้ ความสำเร็จในด้านความปลอดภัยจะต้องขึ้นอยู่กับความร่วมมือและการทำงานร่วมกันจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับจังหวัดบึงกาฬในฐานะจุดหมายท่องเที่ยวที่ปลอดภัยและมีเสน่ห์

#### 4.11.3 มาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวซึ่งส่งต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

การพัฒนามาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สามารถยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬและช่วยให้การจัดการท่องเที่ยวมีประสิทธิผลมากขึ้น การสร้างมาตรฐานที่ดีในการบริการจะช่วยเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่นและการพัฒนาที่ยั่งยืน จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มตัวอย่าง พบว่า

“ผมมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้เกิดประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ ก็คือ ๑. พัฒนาระบบรับรองมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ เฉพาะของจังหวัดบึงกาฬ ครอบคลุมทุกมิติการบริการ ตั้งแต่ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว และการขนส่ง โดยสร้างเกณฑ์มาตรฐานที่มีความเป็นสากลควบคู่กับการอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น จัดทำระบบตรวจประเมินและให้การรับรองมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง ๒. พัฒนาทักษะบุคลากรการท่องเที่ยวยังเป็นระบบ ออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวย่างครอบคลุม เน้นการพัฒนาทักษะการบริการ การสื่อสาร ภาษาต่างประเทศ ความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น และจรรยาบรรณการบริการ จัดตั้งศูนย์พัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวประจำจังหวัดบึงกาฬ ๓. กำหนดมาตรฐานการบริการลูกค้าแบบครบวงจร ตั้งแต่การวางแผนการเดินทาง การต้อนรับ การให้ข้อมูล การให้บริการ จนถึงการสิ้นสุดการท่องเที่ยว พัฒนาคู่มือมาตรฐานการบริการที่ชัดเจนและปฏิบัติได้จริง ๔. สร้าง

ระบบการจัดการข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะแบบครบวงจร พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์ที่นักท่องเที่ยวสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างง่ายดาย มีระบบติดตามและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ๕. พัฒนามาตรฐานด้านความหลากหลายและการเข้าถึง พัฒนาการบริการที่คำนึงถึงความหลากหลายของนักท่องเที่ยว จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม รวมถึงผู้พิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัว จัดทำข้อมูลและการบริการที่รองรับหลายภาษาและวัฒนธรรม ๖. สร้างมาตรฐานด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมบริการ นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนาการบริการ เช่น ระบบจองและชำระเงินออนไลน์ เทคโนโลยีมีคฤศเทศก์เสมือนจริง ระบบแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวอัจฉริยะ และแพลตฟอร์มให้ข้อมูลแบบเรียลไทม์ ๗. สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและความหมาย เน้นการสร้างเรื่องราว (Storytelling) การเชื่อมโยงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น การให้ความรู้ และการสร้างความประทับใจที่เกินความคาดหมายของนักท่องเที่ยว ๘. กำหนดมาตรฐานด้านความยั่งยืนและการอนุรักษ์ คำนึงถึงความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สนับสนุนการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ให้กับนักท่องเที่ยว ๙. จัดทำระบบการประเมินและพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง จัดทำระบบประเมินคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง ใช้กลไกการสำรวจความพึงพอใจ การวิเคราะห์ข้อมูล และการวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานการบริการอย่างสม่ำเสมอ ๑๐. สร้างเครือข่ายและความร่วมมือ ระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ชุมชน และภาคการศึกษา ในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการบริการท่องเที่ยว แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และ

ร่วมกันพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ข้อเสนอแนะเหล่านี้ มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการบริการที่ยกระดับ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการอนุรักษ์อัตลักษณ์ท้องถิ่นและการพัฒนาอย่างยั่งยืน การขับเคลื่อนแผนนี้จะประสบความสำเร็จได้ด้วยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬ สร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว นำไปสู่การพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีคุณค่า ต่อไป”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 :หน่วยงานและองค์กรภาครัฐ

“ควรมีการประชาคมจัดทำ มาตรฐานด้านการบริการ ด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นมาตรฐานที่สูงขึ้นในการพัฒนาจังหวัดบึงกาฬ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 :นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ

“มาตรฐานบริการเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว ต้องมีการกำหนดมาตรฐานบริการในทุกภาคส่วนของการท่องเที่ยว ร่วมกับ ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง และแหล่งท่องเที่ยว”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 :หน่วยงานและองค์กรภาครัฐ

“ควรมีการประชาคมจัดทำ มาตรฐานด้านการบริการด้านการท่องเที่ยวเป็นมาตรฐานเฉพาะจังหวัดบึงกาฬ”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 :ผู้นำทางศาสนาหรือผู้นำในชุมชน

“ผมว่าการมีมาตรฐานบริการที่ดีจะช่วยสร้างความประทับใจและเพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการของลูกค้า ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมสนับสนุน ให้มีการกำหนดมาตรฐานด้านความสะอาด ความปลอดภัย และคุณภาพอาหาร ไม่ว่าจะเป็นการ

พหุ ประเด็น

อบรม การควบคุมคุณภาพวัตถุดิบและกระบวนการผลิตอาหาร แต่ที่สำคัญที่สุดคือควรส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน เพื่อเป็นการกระจายรายได้ในจังหวัดบึงกาฬของเรา”

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 :ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า จากข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มตัวอย่าง มีข้อเสนอแนะที่สำคัญเกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ เช่น การพัฒนาระบบรับรองมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ที่ครอบคลุมทุกมิติการบริการ ตั้งแต่ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ไปจนถึงการขนส่ง รวมถึงการพัฒนาทักษะบุคลากรการท่องเที่ยว การสร้างมาตรฐานการบริการลูกค้าแบบครบวงจร และการสร้างระบบการจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับใช้ในการบริการ เช่น ระบบจองและชำระเงินออนไลน์ หรือระบบแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวอัจฉริยะ จะช่วยยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และทำให้การท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬมีความสะดวกสบายและทันสมัยยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงมาตรฐานด้านความหลากหลายและการเข้าถึง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง

ดังนั้น การพัฒนามาตรฐานบริการที่ดีจะทำให้จังหวัดบึงกาฬมีความน่าสนใจในฐานะจุดหมายท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งช่วยสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว โดยจะประสบความสำเร็จได้จากการร่วมมือกันของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชน และภาคการศึกษาในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อทั้งจังหวัดและนักท่องเที่ยว

จากภาพรวมสามารถสรุปได้ว่า จากข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการพัฒนาแผนการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ พบว่า แผนการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพจะต้องเน้นการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวที่สะท้อนความหลากหลายของวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยใช้จุดเด่นของจังหวัด เช่น แม่น้ำโขง แหล่งโบราณคดี และวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงลึก นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคม รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สปป.ลาว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในระดับชุมชนและการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าจะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน ต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน การเสริมสร้างความปลอดภัยด้านต่างๆ เช่น

ระบบเตือนภัยที่ทันสมัย การอบรมบุคลากร และการพัฒนาระบบขนส่งและความปลอดภัยทางถนนจะ  
ช่วยสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว และการพัฒนามาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ทั้งที่พัก  
ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว และการขนส่ง เป็นสิ่งสำคัญ โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้  
เช่น ระบบจองและชำระเงินออนไลน์ หรือระบบแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวอัจฉริยะ จะช่วยยกระดับ  
ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

สุดท้าย ความสำเร็จในการพัฒนาแผนการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬจะขึ้นอยู่กับความร่วมมือ  
ระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน โดยการบูรณาการความร่วมมือในการพัฒนาและยกระดับการบริการ  
อย่างต่อเนื่อง เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีคุณภาพ



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ผลการวิจัย เรื่อง “บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ” เป็นการวิจัยแบบ Mixed Method ผสมผสานทั้งงานวิจัยเชิงปริมาณ แบบแบ่งชั้นสัดส่วนในการทำแบบสอบถาม และงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive samplings) ซึ่งเจาะจงกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญในเขตพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ โดยผู้วิจัยขอสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

#### 5.2 สรุปผลการวิจัย

#### 5.3 อภิปรายผล

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

##### 5.4.1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

##### 5.4.2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

#### 5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยของแผนด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยของการท่องเที่ยวและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ
- 2) เพื่อให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อแผนงาน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

#### 5.2 สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ และรูปแบบของการมาท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 221 คน (ร้อยละ 55.0) รองลงมาเป็นเพศหญิง 181 คน (ร้อยละ 45.0) มีอายุอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 25 ปี 129 คน

(ร้อยละ 32.1) ส่วนใหญ่ประกอบ อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา 118 คน (ร้อยละ 29.4) และส่วนใหญ่มีรูปแบบของการมาท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ คือ ท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 203 คน (ร้อยละ 50.5)

**พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม** ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับลักษณะการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง และแหล่งที่ทราบข่าวสารการมาท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการเดินทางโดยมากกับเพื่อนและมากับครอบครัว 153 คน (ร้อยละ 38.1) เท่ากัน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 1,001 - 3,000 บาท 156 คน (ร้อยละ 38.8) และส่วนใหญ่ทราบข่าวสารการมาท่องเที่ยวจาก สื่ออินเทอร์เน็ต/สังคมออนไลน์ 316 คน (ร้อยละ 78.6)

**ข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว** ประกอบด้วย ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ และด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) ดังนี้

**ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ในระดับมาก ( $= 4.15$ ,  $S.D. = 0.562$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวของบึงกาฬ มีความน่าสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะ และมีความโดดเด่น ในระดับมากที่สุด ( $= 4.45$ ,  $S.D. = 0.795$ ) รองลงมา ร้านอาหาร / เครื่องดื่ม มีราคาที่เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการ ในระดับมาก ( $= 4.16$ ,  $S.D. = 0.803$ ) และ มีห้องพัก / ห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอต่อความต้องการ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $= 3.95$ ,  $S.D. = 0.666$ )

**ด้านการท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือ** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านความร่วมมือ ในระดับมาก ( $= 4.09$ ,  $S.D. = 0.478$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ในระหว่างท่องเที่ยวสามารถขอรับข้อมูลจากชุมชน หน่วยงานภาครัฐได้สะดวกและได้รับข้อมูล เป็นอย่างดีและชัดเจน ในระดับมาก ( $= 4.20$ ,  $S.D. = 0.720$ ) และประชาชนในพื้นที่ที่มีความร่วมมือกัน มีความเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ( $= 4.20$ ,  $S.D. = 0.748$ ) เท่ากัน รองลงมา ผู้นำชุมชน / ผู้บริหารท้องถิ่น มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ในระดับมาก ( $= 4.04$ ,

S.D. = 0.661) และ การจัดตั้งชมรม การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีส่วนช่วยผลักดัน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $= 3.94$ , S.D. = 0.712)

**ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์ ในระดับมาก ( $= 4.13$ , S.D. = 0.497) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีการนำสินค้าไปจัดโชว์ในงานเทศกาลสินค้าต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และจดจำ ในระดับมากที่สุด ( $= 4.23$ , S.D. = 0.776) รองลงมา มีป้ายร้านที่แสดงการให้บริการอย่างชัดเจน เช่น ร้านอาหาร ในระดับมากที่สุด ( $= 4.20$ , S.D. = 0.661) และ จัดรายการนำเที่ยวพิเศษ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $= 4.01$ , S.D. = 0.742)

**ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง ในระดับมาก ( $= 4.05$ , S.D. = 0.475) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง คุณภาพของที่พักและร้านอาหาร คุ่มค่ากับเงินที่เสียไป ในระดับมากที่สุด ( $= 4.13$ , S.D. = 0.497) รองลงมา บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวตรงตามคำกล่าวอ้างหรือโฆษณา ในระดับมาก ( $= 4.12$ , S.D. = 0.649) และการท่องเที่ยวตามเส้นทางหรือ คำแนะนำ ตรงตามที่ท่านต้องการ ในระดับมาก ( $= 4.12$ , S.D. = 0.722) มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และ ป้ายบอกทางเพียงพอ และมีความชัดเจนไม่ทำให้ท่าน หลงทางหรือเกิดอุบัติเหตุ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $= 3.87$ , S.D. = 0.747)

**ข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว** ประกอบด้วย ด้านมาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน) ด้านมาตรการจากการถูกเอารถเอาเปรียบ ด้านมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข และด้านมาตรการการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) ดังนี้

**ด้านมาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน)** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน) ในระดับมาก ( $= 4.06$ , S.D. = 0.546) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีป้ายหรือแผนพับเตือนนักท่องเที่ยวให้ทราบบริเวณใดมีความเสี่ยงจากโจรเพื่อให้นักท่องเที่ยวระวังภัย ในระดับมากที่สุด ( $= 4.27$ , S.D. = 0.736) รองลงมา มีการเตรียมอุปกรณ์ชูชีพ อุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัย ชุดปฐมพยาบาลอย่างเหมาะสม ในระดับมาก ( $= 4.15$ ,

S.D. = 0.750) และ มีมีการติดตั้งป้ายและ สัญญาณเตือนภัย อย่างเหมาะสม น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( = 3.88, S.D. = 0.780)

**ด้านมาตรการจากการถูกเอารัดเอาเปรียบ** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการจากการถูกเอารัดเอาเปรียบ ในระดับน้อยที่สุด ( = 1.35, S.D. = 0.814) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ได้รับความเดือดร้อนรำคาญเช่น ربเร้าคะยั้นคะยอ ให้ซื้อสินค้าหรือบริการ ในระดับน้อยที่สุด ( = 1.38, S.D. = 0.848) และซื้อสินค้าราคาแพงเกินความเป็นจริง(ค่าเดินทาง/ ค่าที่พัก ฯลฯ ) ในระดับน้อยที่สุด ( = 1.38, S.D. = 0.892) เท่ากัน รองลงมา สินค้าและบริการมีคุณภาพต่ำหรือไม่ได้มาตรฐาน ในระดับน้อยที่สุด ( = 1.32, S.D. = 0.860) และ ท่านถูกฉ้อโกงหรือเอารัดเอาเปรียบจากผู้ขาย น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( = 1.31, S.D. = 0.866)

**ด้านมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในระดับมาก ( = 4.02, S.D. = 0.523) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทั่วถึง ทุกพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ( = 4.13, S.D. = 0.780) รองลงมา ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่มีความกังวลว่าจะถูกทำร้ายร่างกาย ในระดับมาก ( = 4.02, S.D. = 0.735) และ ท่านรู้สึกปลอดภัยจากอุบัติเหตุทางถนน / จราจร น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( = 3.94, S.D. = 0.750)

**ด้านมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข ในระดับมาก ( = 4.04, S.D. = 0.532) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีป้ายเตือนหรือบอกแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคในวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยว ในระดับมาก ( = 4.16, S.D. = 0.704) รองลงมา มีการตั้งจุดตรวจจากสถานการณ์Covid-19 เช่น ตรวจวัดอุณหภูมิ สวมหน้ากากอนามัย ใช้เจลล้างมือ การกำหนดระยะห่าง การทำความสะอาด ในระดับมาก ( = 4.04, S.D. = 0.790) และ มีการจัดเตรียมอุปกรณ์และเวชภัณฑ์ที่จำเป็นและเพียงพอ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( = 3.95, S.D. = 0.720)

**ด้านมาตรการการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ด้านมาตรการการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ในระดับมาก ( = 4.12, S.D. = 0.485) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบ

แบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง เจ้าหน้าที่ตำรวจสำรวจดูแลความเรียบร้อย ในระดับมากที่สุด ( = 4.31, S.D. = 0.744) รองลงมา จุดบริการเครื่องมือสื่อสารแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย ในแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ( = 4.12, S.D. = 0.674) และมีหน่วยรับแจ้งเหตุในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( = 3.98, S.D. = 0.732)

**ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว** ประกอบด้วย ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านการให้บริการ ด้านการบริหารจัดการ และด้านจริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) ดังนี้

**ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก ( = 4.10, S.D. = 0.469) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ ในระดับมาก ( = 4.19, S.D. = 0.729) รองลงมา มีป้ายและสัญลักษณ์มีการแจ้งข้อมูลและแผนที่ภายในอาคารและภายนอกอาคาร ในระดับมาก ( = 4.17, S.D. = 0.728) และมีทางสัญจรทางเท้า เช่น พื้นผิวต่างสัมผัสเตือนสิ่งกีดขวาง น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( = 3.98, S.D. = 0.729)

**ด้านการให้บริการ** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านการให้บริการ ในระดับมาก ( = 4.03, S.D. = 0.557) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณาริมทางที่เห็นได้ชัด ก่อนถึงตลาดน้ำเป็นระยะๆและแสดงระยะทางที่ห่างจากตลาดน้ำ ในระดับมาก ( = 4.04, S.D. = 0.705) รองลงมา มีการจัดรายการนำเที่ยวพิเศษ ในระดับมาก ( = 4.02, S.D. = 0.754) และ นำสินค้าจัดโชว์ในงานเทศกาลเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักและจดจำ น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( = 4.01, S.D. = 0.711)

**ด้านการบริหารจัดการ** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการ ในระดับมาก ( = 4.04, S.D. = 0.499) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง มีการต้อนรับ/แนะนำการให้บริการ ในระดับมาก ( = 4.15, S.D. = 0.664) รองลงมา มีรถรับส่งให้บริการในกรณีที่จุดจอดรถอยู่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ( = 4.11, S.D. = 0.712) และมีรายละเอียดราคาค่าบริการอย่างชัดเจน (ค่าตัว, ค่าเข้าชม) น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( = 3.95, S.D. = 0.712)

**ด้านจริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ด้านจริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน ในระดับมาก ( $= 3.96, S.D. = 0.626$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ผู้ให้บริการมีกิริยา มารยาท ที่ดีงาม เช่น ไม่หยิบบำชี้อิน ตะโกนข้ามศรีษะ ในระดับมาก ( $= 4.03, S.D. = 0.747$ ) รองลงมา บุคลากรผู้ให้บริการแสดงออกถึงความใส่ใจ ไม่เลือกปฏิบัติ ในระดับมาก ( $= 3.96, S.D. = 0.787$ ) และ กรณีเกิดเหตุขัดข้องในระหว่างการท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $= 3.89, S.D. = 0.842$ )

**ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว** ประกอบด้วย มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2544) ดังนี้

**มิติด้านเศรษฐกิจ** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มิติด้านเศรษฐกิจ ในระดับมาก ( $= 4.03, S.D. = 0.510$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นในทางบวก ในระดับมาก ( $= 4.07, S.D. = 0.725$ ) และการท่องเที่ยวช่วยสร้างโอกาสในการทำงานให้กับประชาชนในพื้นที่ ในระดับมาก ( $= 4.07, S.D. = 0.726$ ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ รองลงมา มีการลงทุนในด้านต่างๆเพื่อรองรับการบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ในระดับมาก ( $= 4.04, S.D. = 0.707$ ) และ การค้าหรือสถานประกอบการในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $= 3.97, S.D. = 0.767$ )

**มิติด้านสังคม** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มิติด้านสังคม ในระดับมาก ( $= 4.00, S.D. = 0.481$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง การท่องเที่ยวที่บึงกาฬได้ช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างผู้มาเยือนและคนในพื้นที่ ในระดับมาก ( $= 4.05, S.D. = 0.708$ ) รองลงมา รู้สึกถึงการได้รับการต้อนรับจากชุมชนท้องถิ่นในระหว่างมาเยือน ในระดับมาก ( $= 4.03, S.D. = 0.645$ ) และ การท่องเที่ยวช่วยในคนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $= 3.96, S.D. = 0.698$ )

**มิติด้านสิ่งแวดล้อม** พบว่า ภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว มิติด้านสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก ( $= 4.10, S.D. = 0.445$ ) เมื่อ

พิจารณาเป็นรายข้อ จะเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ท่านรับรู้ว่าเป็นประชาชนในพื้นที่ที่มีความรู้สึกหวงแหนและมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ในระดับมาก ( $= 4.23$ , S.D. = 0.666) รองลงมา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก ( $= 4.12$ , S.D. = 0.709) และ กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น น้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $= 4.00$ , S.D. = 0.747)

**สรุปการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ** ซึ่งตัวแปรพยากรณ์มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน ทั้งหมด 6 คู่ โดยตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กัน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Effectiveness) ในทางบวก และตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Effectiveness) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.626 ถึง 0.705 ตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Effectiveness) สูงสุดคือ คือ มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.705 และตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม (Effective) ต่ำสุดคือ ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.626

สรุปผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว พบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) ร่วมกันพยากรณ์ ประสิทธิภาพของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.353, 0.112 และ 0.436 ในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\beta$ ) เท่ากับ 0.372, 0.111 และ 0.476 ตามลำดับ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.925 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพของการสื่อสาร ได้ร้อยละ 85.6 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SEest) เท่ากับ 0.166 และมีค่าคงที่ของสมการในรูปคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 0.437

**สรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด** โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ประกอบด้วย ตัวแบบแผนงานด้านการท่องเที่ยว ตัวแบบความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ตัวแบบมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ตัวแปรประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว และตัวแบบในภาพรวมทั้งหมด

**สรุปผลการตรวจตัวแบบแผนงานด้านการท่องเที่ยว** สรุปได้ว่า โมเดลแผนงานด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้หลัก ได้แก่ ห่วงโซ่อุปทาน (SC), ความร่วมมือ (CP), กลยุทธ์การตลาด (MPR) และ การจัดการความเสี่ยง (RM) โดยผลการวิเคราะห์ CFA พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์สูงสุด (GFI=1.000, RMSEA=0.000) โดย MPR มีอิทธิพลสูงสุด ( $\lambda=0.91$ ) ตามด้วย RM ( $\lambda=0.89$ ) ค่าความน่าเชื่อถือรวม ( $\rho_c=0.932$ ) และค่าความแปรปรวน ( $\rho_v=0.774$ ) อยู่ในระดับดีสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) อยู่ระหว่าง 0.71-0.82 แสดงว่าโมเดลนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ดี

**สรุปผลการตรวจตัวแบบความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว** สรุปได้ว่า โมเดลความปลอดภัยประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้ โดยการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (AT) มีอิทธิพลสูงสุด ( $\lambda=0.93$ ) ขณะที่ การถูกเอารัดเอาเปรียบ (AE) มีอิทธิพลต่ำสุด ( $\lambda=0.17$ ) แม้โมเดลจะมีค่าความสอดคล้องดี (CFI=1.000) แต่ค่าความแปรปรวน ( $\rho_v=0.591$ ) และ  $R^2$  บางตัว (เช่น AE=0.03) ชี้ให้เห็นว่าตัวบ่งชี้บางส่วนอาจต้องการการปรับปรุงเพิ่มเติม

**สรุปผลการตรวจตัวแบบมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว** โดยสรุป โมเดลนี้วัดจาก 4 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ สถานที่และสิ่งแวดล้อม (PE), การบริการ (SP), การบริหารจัดการ (MM) และ จริยธรรม (ECC) โดย MM มีอิทธิพลสูงสุด ( $\lambda=0.89$ ) สะท้อนถึงความสำคัญของการจัดการที่มีประสิทธิภาพค่าความน่าเชื่อถือรวม ( $\rho_c=0.910$ ) และค่าดัชนีความสอดคล้อง (RMSEA=0.042) อยู่ในเกณฑ์ยอมรับ ECC มีอิทธิพลต่ำสุด ( $\lambda=0.77$ ) ซึ่งว่าจรรยาบรรณอาจไม่ใช่ปัจจัยหลักในการรับรู้มาตรฐานบริการ

**สรุปผลการตรวจตัวแบบประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว** สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการจัดการวัดผ่าน 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ (EC), สังคม (SO) และ สิ่งแวดล้อม (EV) โดย EC มีอิทธิพลสูงสุด ( $\lambda=0.89$ ) สอดคล้องกับบทบาทการท่องเที่ยวต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจโมเดลมีความสอดคล้องสมบูรณ์แบบ (GFI=1.000, RMSEA=0.000) ค่าความแปรปรวน ( $\rho_v=0.748$ ) และ  $R^2$  อยู่ระหว่าง 0.69-0.80 ซึ่งว่าตัวบ่งชี้ครอบคลุมประเด็นสำคัญ

**สรุปผลการตรวจตัวแบบทั้งหมดในภาพรวม** สรุปได้ว่าโมเดลสมการโครงสร้างรวมหลังปรับปรุง (Chi-square/df=1.122, RMSEA=0.017) แสดงให้เห็นว่า:แผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางอ้อมสูงสุดต่อประสิทธิผล ผ่านปัจจัยความปลอดภัยและมาตรฐานบริการ (IE=0.57\*\*) มาตรฐานบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล (DE=0.49\*) ปัจจัยทั้งหมดร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลได้ถึง 98% ( $R^2=0.98$ ) ซึ่งการวิเคราะห์ SEM ยืนยันว่า แผนงานการ

ท่องเที่ยว เป็นปัจจัยฐานที่ส่งผลต่อความปลอดภัยและมาตรฐานบริการ ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้ขับเคลื่อนประสิทธิผลการจัดการได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะมาตรฐานบริการที่ส่งผลทางตรงชัดเจน ขณะที่ความปลอดภัยจำเป็นต้องอาศัยการทำงานผ่านกลไกอื่น ๆ ข้อค้นพบนี้เน้นย้ำความสำคัญของการออกแบบแผนงานเชิงรุกและการยกระดับมาตรฐานบริการเพื่อเพิ่มประสิทธิผลการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬอย่างยั่งยืน

**สรุปผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ และการทดสอบสมมติฐาน** จากสมมติฐานของการศึกษาที่นำเสนอไว้ในบทที่ 2 เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว ตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแบบอิทธิพลทางตรง (direct effect) อิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) และอิทธิพลรวม (total effect) ต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว

สรุปผลการตรวจสอบความสอดคล้องตัวแบบสมการโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว ก่อนการปรับโมเดล จากผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องต่างๆ พบว่า ตัวแบบสมการโครงสร้างของทักษะ ความรู้ ความเข้าใจและทัศนคติของผู้พูดที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ด้านการสื่อสารที่มีต่อชุมชนและนักท่องเที่ยว ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นจึงมีการพิจารณาการปรับตัวแบบ โดยพิจารณาความเป็นไปได้เชิงทฤษฎีและอาศัยดัชนีปรับโมเดล (model modification indices: MI) ซึ่งเป็นการปรับโมเดลตามข้อเสนอแนะที่โปรแกรม Amos นำเสนอให้ซึ่งจะทำให้ค่าไค-สแควร์ ลดลง โดยการผ่อนปรนข้อเงื่อนไขโดยการกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อนให้มีความสัมพันธ์กันได้ ซึ่งจะได้นำข้อมูลที่ได้เสนอแนะไว้ไปทำการปรับปรุงโมเดลจนมีเกณฑ์ดัชนีความสอดคล้องอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ผลจากการปรับโมเดลทำให้ได้ตัวแบบการวิจัยดังภาพที่ 18 ซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้องตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้

สรุปความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว หลังการปรับโมเดล สรุปได้ว่า ตัวแบบสมการโครงสร้างของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อ

ประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว หลังการปรับตัวแบบการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้

**สรุปผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม** เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม ตามตารางที่ 31 พบว่า ประสิทธิภาพของการจัดการท่องเที่ยว เป็นตัวแปรตาม จะได้รับอิทธิพลรวมในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากปัจจัยเชิงสาเหตุมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.49 โดยเป็นอิทธิพลทางตรงทั้งหมดและไม่มีอิทธิพลทางอ้อม ส่วนปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และปัจจัยมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว เป็นตัวแทรก จะได้รับอิทธิพลรวมในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากปัจจัยเชิงสาเหตุแผนงานด้านการท่องเที่ยว มีค่าเท่ากับ 0.99 และ 0.98 ตามลำดับ

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 (H1) ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 18 และตารางที่ 31 พบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) มีอิทธิพลทางตรง (DE) ต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Plans Effectiveness, = 0.49,  $p > .05$ ) อย่างไรก็ตามปัจจัยแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) มีอิทธิพลทางอ้อม (IE) ต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) โดยผ่านปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) และ ปัจจัยมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) เท่ากับ 0.57 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Plans Safety Service Effectiveness, = 0.57,  $p < .01$ ) และพบว่าสัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.98 ( $R^2 = 0.98$ ) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 98 ของค่าความแปรปรวนในปัจจุบัน ประสิทธิภาพของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) และ ปัจจัยมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปฏิเสธว่า ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์เส้นทางเชิงสาเหตุ (Path Analysis) พบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลการจัดการ (DE=0.41,  $p > 0.05$ ) อย่างไรก็ตาม มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านปัจจัยความปลอดภัยและมาตรฐานบริการในระดับสูง (IE=0.57,  $p < 0.01$ ) โดยตัวแบบ

สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ถึง 98% ( $R^2=0.98$ ) แสดงให้เห็นว่าแผนงานทำหน้าที่เป็นปัจจัยฐาน (Foundational Factor) ที่ส่งผลผ่านกลไกการปรับใช้ในทางปฏิบัติ ดังนั้น สมมติฐานนี้จึงไม่สามารถปฏิเสธได้อย่างสิ้นเชิง เนื่องจากมีอิทธิพลทางอ้อมที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (H2) ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 18 และตารางที่ 31 พบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) มีอิทธิพลต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) อยู่ในระดับสูงมาก และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Plans Safety,  $\beta = 0.99$ ,  $p < .01$ ) และพบว่า สัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.99 ( $R^2 = 0.99$ ) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 99 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ยอมรับว่า ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 3 (H3) ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 18 และตารางที่ 31 พบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) มีอิทธิพลต่อมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) อยู่ในระดับสูงมาก และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Plans Service,  $\beta = 0.98$ ,  $p < .01$ ) และพบว่า สัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.96 ( $R^2 = 0.96$ ) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 96 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัยมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ยอมรับว่า ปัจจัยด้านแผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 4 (H4) ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 18 และตารางที่ 31 พบว่า ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) มีอิทธิพลทางตรง (DE) ต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) อย่างไม่มี

นัยสำคัญทางสถิติ (Safety Effectiveness, = 0.10,  $p > .05$ ) และพบว่าสัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.98 ( $R^2 = 0.98$ ) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 98 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัยประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) สามารถถูกอธิบายและทำนายปัจจัยแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) และปัจจัยมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ปฏิเสธว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าความปลอดภัยเป็นเรื่องที่จับต้องยาก และนักท่องเที่ยวอาจไม่ได้ตระหนักถึงผลกระทบโดยตรง แต่ถึงอย่างนั้น ความปลอดภัยก็ยังเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างยั่งยืน โดยสรุปผลการทดสอบพบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\lambda=0.10$ ,  $p>0.05$ ) แม้จะมีส่วนสนับสนุนเชิงโครงสร้างผ่านดัชนี  $GFI=0.971$  และ  $CFI=0.998$  แต่ขาดหลักฐานเชิงประจักษ์เพียงพอที่จะยืนยันอิทธิพลทางตรง จึงปฏิเสธสมมติฐานนี้

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 5 (H5) ปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ เมื่อพิจารณาสัมประสิทธิ์เส้นทางตัวแบบสมการโครงสร้างตามภาพที่ 18 และตารางที่ 31 พบว่า มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว (Effectiveness) อยู่ในระดับปานกลาง และมีนัยสำคัญทางสถิติ (Service Effectiveness, = 0.49,  $p < .05$ ) และพบว่า สัดส่วนของความแปรปรวนที่สามารถถูกอธิบายและทำนายได้ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) มีค่าเท่ากับ 0.98 ( $R^2 = 0.98$ ) ซึ่งหมายความว่าร้อยละ 98 ของค่าความแปรปรวนในปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) สามารถถูกอธิบายและทำนายโดยปัจจัยแผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ปัจจัยความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (Safety) และปัจจัยมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว (Service) ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก แสดงว่าผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ยอมรับว่า ปัจจัยด้านมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามสมมติฐานทางเลือก สรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานเนื่องจากมาตรฐานการบริการส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\lambda=0.49$ ,  $p<0.05$ ) นั้นหมายความว่า การบริการที่ดีจะให้นักท่องเที่ยวประทับใจและกลับมาเที่ยวอีก ซึ่งส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวโดยรวม โดยสรุป ผลการวิเคราะห์ยืนยันอิทธิพลทางตรงในระดับปาน

กลาง ( $\lambda=0.49$ ,  $p<0.05$ )<sup>1</sup> สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการคุณภาพบริการ (Service Quality Management) ที่เน้นการสร้างประสบการณ์นักท่องเที่ยว โดยมีค่าความแปรปรวนที่ถูกลบอธิบายสูง ( $R^2=0.98$ )<sup>1</sup> จึงยอมรับสมมติฐานนี้

ผลการวิเคราะห์ภาพรวมเชิงวิชาการ การทดสอบสมมติฐานด้วย SEM พบว่า แผนงานทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับ (Regulatory Variable) ผ่านกลไกสองระดับคือ 1) การออกแบบระบบผ่านมาตรฐานบริการ (Service Standardization) และ 2) การสร้างกลไกความปลอดภัย (Safety Mechanism) ในขณะที่มาตรฐานบริการแสดงบทบาทตัวแปรส่งผ่าน (Mediating Variable) หลักต่อประสิทธิผลการจัดการ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Management) ที่ต้องการการบูรณาการระหว่างการวางแผนเชิงนโยบายกับการปฏิบัติการเชิงพื้นที่

#### สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

**สรุปแผนด้านการท่องเที่ยว** ซึ่งจะช่วยให้เกิดประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ พบว่า จากข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า แผนด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิผลจะประกอบไปด้วยการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวที่เน้นความหลากหลายของวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยใช้จุดเด่นของจังหวัด เช่น แม่น้ำโขง แหล่งโบราณคดี และวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงลึก นอกจากนี้ยังต้องมีการยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคมเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่มาเยือน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์จังหวัดบึงกาฬ เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันเฉพาะและแพลตฟอร์มดิจิทัล จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สปป.ลาว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในระดับชุมชน และการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า จะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็ต้องมีการวางแผนเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืน

ดังนั้น ข้อเสนอแนะดังกล่าวเน้นการพัฒนาแผนการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน ซึ่งจะสำเร็จได้จากความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน การบูรณาการการทำงานร่วมกันจะช่วยยกระดับการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนในระยะยาว

**สรุปตามความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้เกิดประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ** พบว่า จากข้อมูลและข้อเสนอแนะจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า การเสริมสร้างความปลอดภัยในด้านต่างๆ ของการท่องเที่ยวเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว และช่วยส่งเสริมประสิทธิผลในการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ โดยการตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกและระบบเตือนภัยที่มีความทันสมัย การอบรมบุคลากร และการพัฒนาระบบขนส่งและความปลอดภัยทางถนน รวมถึงมาตรการด้านสุขอนามัยและการเตรียมพร้อมรับมือภัยธรรมชาติ ล้วนเป็นสิ่งที่สำคัญในการเพิ่มความปลอดภัยและลดความเสี่ยงในสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น ทำให้การพัฒนาแนวทางการดำเนินงานเหล่านี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้สามารถสร้างระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุม ทั้งในด้านการป้องกัน การให้ความช่วยเหลือ และการบริหารจัดการเหตุการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งจะช่วยให้จังหวัดบึงกาฬกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยและน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว

ดังนั้น การดำเนินการด้านความปลอดภัยในจังหวัดบึงกาฬจึงเป็นสิ่งที่ต้องได้รับความใส่ใจและการดำเนินการอย่างจริงจัง เพื่อให้การท่องเที่ยวในพื้นที่เติบโตอย่างยั่งยืนและมีคุณภาพ ทั้งนี้ ความสำเร็จในด้านความปลอดภัยจะต้องขึ้นอยู่กับความร่วมมือและการทำงานร่วมกันจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับจังหวัดบึงกาฬในฐานะจุดหมายท่องเที่ยวที่ปลอดภัยและมีเสน่ห์

**สรุปตามมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวซึ่งจะทำให้เกิดประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ** พบว่า จากข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มตัวอย่าง มีข้อเสนอแนะที่สำคัญเกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ เช่น การพัฒนาระบบรับรองมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ที่ครอบคลุมทุกมิติการบริการ ตั้งแต่ที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ไปจนถึงการขนส่ง รวมถึงการพัฒนาทักษะบุคลากรการท่องเที่ยว การสร้างมาตรฐานการบริการลูกค้าแบบครบวงจร และการสร้างระบบการจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับใช้ในการบริการ เช่น ระบบจองและชำระเงินออนไลน์ หรือระบบแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวอัจฉริยะ จะช่วยยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และทำให้การท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬมีความสะดวกสบายและทันสมัยยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงมาตรฐานด้านความหลากหลายและการเข้าถึง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง

ดังนั้น การพัฒนามาตรฐานบริการที่ดีจะทำให้จังหวัดบึงกาฬมีความน่าสนใจในฐานะจุดหมายท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ พร้อมทั้งช่วยสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้กับ

นักท่องเที่ยว โดยจะประสบความสำเร็จได้จากการร่วมมือกันของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชน และภาคการศึกษาในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อทั้งจังหวัดและนักท่องเที่ยว

### 5.3 ผลอภิปราย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาอิทธิพลของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และมาตรฐานบริการต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ผู้วิจัยจะได้แสดงการอภิปรายผลการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติเชิงพรรณนา (Inferential Statistic) และงานวิจัยเชิงคุณภาพ ในมิติความสัมพันธ์ระหว่าง แผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว มาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว และประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยวดังนี้

#### 5.3.1 อภิปรายผลการศึกษาในส่วนสถิติบรรยาย (Descriptive Statistics)

มิติแผนงานด้านการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X}=4.45$ ) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ WTO (2004) ที่เน้นการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมเป็นจุดขายหลัก อย่างไรก็ตาม การให้คะแนนด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง ( $\bar{X}=4.05$ ) ต่ำกว่าด้านอื่น แสดงถึงความท้าทายในการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติจริง ข้อค้นพบนี้สนับสนุนการศึกษาของ Ritchie และ Crouch (2003) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยพัฒนาแบบจำลองที่เน้นว่าการวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นองค์ประกอบสำคัญของความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาชี้ว่าการวางแผนเชิงกลยุทธ์ต้องเชื่อมโยงกับบริบทท้องถิ่น แต่ขัดแย้งกับการศึกษาของ Ibrahim และ Wall (2005) ในบริบทอียิปต์ ที่พบว่า การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานทำให้แผนงานขาดประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การวิจัยของ Zhou และ Ap (2009) ในจีนยังระบุว่าช่องว่างระหว่างการวางแผนและการปฏิบัติเกิดจากการขาดการรับรู้ความต้องการนักท่องเที่ยวไม่แม่นยำ ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการปรับปรุงกระบวนการสำรวจข้อมูล ผลการศึกษานี้ได้รับการยืนยันจากกรณีศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีการวางแผนและการจัดการที่ดีมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จและยั่งยืนมากกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อแผนนั้นได้รับการพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

ในด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว พบว่าด้านการมีเจ้าหน้าที่ตำรวจดูแล ( $X^- = 4.31$ ) ได้รับการประเมินสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิด "Safe Tourism Destination" ของ UNWTO (2017) ที่เน้นการสร้างเชื่อมั่นผ่านการมีส่วนร่วมของหน่วยงานรัฐ ในทางกลับกัน ด้านการถูกเอารัดเอาเปรียบ ( $X^- = 1.35$ ) มีคะแนนต่ำสุด ซึ่งตรงกับการศึกษาของ George และ Booyens (2014) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยวชุมชน (Township Tourism) ในแอฟริกาใต้ และผลกระทบของความรู้สึกปลอดภัยต่อความต้องการท่องเที่ยวในแอฟริกาใต้ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Adam และ Adongo (2016) ในประเทศกานาที่ชี้ว่าการเอารัดเอาเปรียบยังเป็นอุปสรรคสำคัญ ข้อสังเกตที่น่าสนใจคือการศึกษาของ Seabra และคณะ (2013) ในโปรตุเกสที่พบว่าปัจจัยความปลอดภัยทางเศรษฐกิจ เช่น ราคาสินค้ามีผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวมากกว่าความปลอดภัยทางกายภาพ ซึ่งอาจอธิบายได้ว่าทำไมความปลอดภัยในงานวิจัยนี้จึงไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล

**มิติมาตรฐานการบริการ** ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ

( $X^- = 4.19$ ) ผู้ตอบแบบสอบถามให้การยอมรับในระดับสูง สอดคล้องกับหลักการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal Design) ของ Darcy และ Dickson (2009) ในขณะที่ข้อคำถามเกี่ยวกับจริยธรรมในการให้บริการ ( $X^- = 3.89$ ) มีคะแนนค่อนข้างต่ำ ซึ่งสะท้อนปัญหาการขาดการฝึกอบรมพนักงานอย่างเป็นระบบ ตามที่ปรากฏในการศึกษาของ Kusluvan และคณะ (2010) อย่างไรก็ตาม การวิจัยของ Sedmak และ Kociper (2017) ในสโลวีเนียชี้ว่าความสม่ำเสมอของบริการ (Service Consistency) มีผลต่อการรับรู้คุณภาพมากกว่ามาตรฐานจริยธรรม ในขณะที่งานของ Oo และ Wattanacharoensil (2020) ในประเทศเมียนมา ผลการศึกษาพบว่าบริการที่เน้นความน่าเชื่อถือ (Reliability) ส่งผลต่อความพึงพอใจนักท่องเที่ยวมากที่สุด

มิติด้านประสิทธิผลของการจัดการการท่องเที่ยว พบว่า มิติด้านสิ่งแวดล้อม ( $X^- = 4.10$ ) มีคะแนนสูงสุด สอดคล้องกับกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนของ Hall และคณะ (2018) ศึกษาเกี่ยวกับความยืดหยุ่น (Resilience) ในบริบทของการท่องเที่ยวทั้งในระดับบุคคล องค์กร และแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นความสามารถในการฟื้นตัวจากวิกฤตและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ผลการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานการบริการสูงและมีระบบการจัดการที่เน้นการมีส่วนร่วมชุมชนจะสามารถรักษาลูกค้าได้แม้ในช่วงที่มีความท้าทาย อย่างไรก็ตาม มิติด้านสังคม ( $X^- = 4.00$ ) ได้รับ

คะแนนต่ำกว่าที่คาดไว้ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Nunkoo และคณะ (2013) ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของคนในท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยว โดยวิเคราะห์บทความวิจัย 140 บทความที่ตีพิมพ์ระหว่างปี 1984 ถึง 2010 เพื่อดูแนวโน้มและปัจจัยที่มีผลต่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวส่งผลเชิงบวกต่อความเป็นอยู่ของชุมชนอย่างชัดเจน ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวนี้อาจอธิบายได้จากลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกว่าร้อยละ 50.5 ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนน้อยกว่ากลุ่มอื่น นอกจากนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Doswell (1997) ที่ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าประสิทธิผลการจัดการต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างการวางแผนนโยบายและการปฏิบัติการเชิงพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงระหว่างแผนงานและมาตรฐานบริการ ( $\beta=0.702 **$ ) ในงานวิจัยนี้

#### อภิปรายผลการศึกษาในส่วนสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics)

การวิจัยนี้เรื่องใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) วิเคราะห์อิทธิพลของแผนงานด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และมาตรฐานบริการต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ โดยอ้างอิงกรอบแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Management) และทฤษฎี Service-Dominant Logic (Vargo & Lusch, 2004) โดยผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการศึกษาแบ่งตามผลการศึกษาในแต่ละส่วนดังนี้

**ด้านการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ** ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้งสามประกอบด้วย แผนงาน (Plans) ความปลอดภัย (Safety) และ มาตรฐานบริการ (Service) ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลการจัดการได้ถึง 85.6% ( $R^2=0.856$ ) โดย มาตรฐานบริการ มีอิทธิพลทางตรงสูงสุด ( $\beta=0.476$ ) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Oo และ Wattanacharoensil (2020) ที่เน้นบทบาทหลักของคุณภาพบริการต่อความพึงพอใจนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ค่า  $R^2$  สูงเกินไปอาจสะท้อนปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร Plans-Service สูงถึง  $r=0.702 **$

**ด้านการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA)** แผนงานด้านการท่องเที่ยว: โมเดลมีค่า Fit สูงสมบูรณ์ (GFI=1.000, RMSEA=0.000) โดยด้านการตลาด (MPR) มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด ( $\lambda=0.91$ ) ซึ่งสะท้อนความสำคัญของกลยุทธ์การสื่อสารตามแนวทางการศึกษาของ Zhou และ Ap (2009) ซึ่งศึกษาช่องว่างระหว่างการวางแผนการท่องเที่ยวและการนำไปปฏิบัติในบริบทของประเทศจีน และสรุปว่าความปลอดภัยมาตรการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (AT) มีอิทธิพลสูงสุด ( $\lambda=0.93$ ) ขณะที่การป้องกันการถูก เอารัดเอาเปรียบ (AE) มีอิทธิพลต่ำ ( $\lambda=0.17$ ) และยังคงสอดคล้องกับ

George และ Booyens (2014) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยวชุมชน (Township Tourism) ในแอฟริกาใต้ และผลกระทบของความรู้สึกลอดภัยต่อความต้องการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวไม่ค่อยเผชิญปัญหานี้ในพื้นที่พัฒนาดี ประสิทธิภาพการจัดการ: มิติเศรษฐกิจ (EC) มีอิทธิพลสูงสุด ( $\lambda=0.89$ ) สนับสนุนแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงเศรษฐกิจของ Doswell (1997)

**การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ แบบจำลอง SEM หลังปรับปรุงมีค่า Fit ดี (GFI= 0.971, RMSEA=0.017) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า แผนงานมีอิทธิพลทางอ้อม ผ่านมาตรฐานบริการและความปลอดภัย ( $\lambda=0.57 **$ ) สอดคล้องกับกรอบการทำงาน ของ Ritchie และ Crouch (2003) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยพัฒนาแบบจำลองที่เน้นว่าการวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นองค์ประกอบสำคัญของความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาสะท้อนว่าการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ประกอบกับการมีมาตรฐานบริการที่ดีจะส่งผลทางตรงต่อประสิทธิผล ( $\lambda=0.49 *$ ) สนับสนุนทฤษฎี Service Quality ของ Parasuraman และคณะ (1988) ซึ่งนำเสนอมิติของคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ซึ่งได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจและการเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์อย่างชัดเจนกับประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยว และผลการวิจัยชิ้นนี้ยังสอดคล้องกับ Hall และคณะ (2018) ที่ศึกษาบริบทของการท่องเที่ยวทั้งในระดับบุคคล องค์กร และแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นความสามารถในการฟื้นตัวจากวิกฤตและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง โดยสรุปว่าความปลอดภัยเป็นปัจจัยพื้นฐาน**

มิติด้านการทดสอบสมมติฐาน สมมติฐาน H1: แผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการผลการศึกษาพบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ไม่ส่งอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล (DE = 0.41,  $p > 0.05$ ) แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านมาตรฐานบริการและความปลอดภัยในระดับสูง (IE = 0.57,  $p < 0.01$ ) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhou และ Ap (2009) ที่ชี้ว่าการแปลงแผนงานสู่การปฏิบัติอย่างเป็นระบบส่งผลต่อประสิทธิผลทางอ้อม อย่างไรก็ตาม ขัดแย้งกับการศึกษาของ Ibrahim และ Wall (2005) ศึกษาและประเมินเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการวางแผนการท่องเที่ยวของประเทศอียิปต์ ผลการศึกษาพบว่าวางแผนขาดการบูรณาการกับหน่วยงานท้องถิ่นข้อค้นพบนี้สนับสนุนกรอบแนวคิดของ Ritchie และ Crouch (2003) เรื่องการจัดการการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์ ที่เน้นการออกแบบแผนงานเป็นกระบวนการหลายขั้นตอน (Multi-stage Process) โดยแผนงานทำหน้าที่เป็น ปัจจัยฐาน (Foundational Factor) ผ่านการออกแบบ

ระบบความปลอดภัย ( $\lambda = 0.99$ ) และมาตรฐานบริการ ( $\lambda = 0.98$ ) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hall และคณะ (2018) ที่อธิบายว่าแผนงานเชิงนโยบายต้องเชื่อมโยงกับบริบทการปฏิบัติจริง

สมมติฐาน H2: แผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า แผนงานด้านการท่องเที่ยว (Plans) ส่งอิทธิพลทางตรงสูงมากต่อ ความปลอดภัย (Safety) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน ( $\lambda=0.99, p<0.01$ ) และค่าความแปรปรวนที่ถูกอธิบาย ( $R^2=0.99$ ) สะท้อนว่าแผนงานเป็นปัจจัยกำหนดหลักของระบบความปลอดภัย ผลนี้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดของ Ritchie และ Crouch (2003) ที่อธิบายว่าการวางแผนเชิงกลยุทธ์ต้องครอบคลุมการจัดการความเสี่ยงและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งในบริบทจังหวัดบึงกาฬ การบูรณาการแผนงานด้านการตลาด ( $\lambda=0.91$ ) และการบริหารความเสี่ยง ( $\lambda=0.89$ ) ช่วยสร้างมาตรฐานความปลอดภัยผ่านการจัดตั้งจุดตรวจสอบ การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ และการติดตั้งป้ายเตือนภัย อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ Ibrahim และ Wall (2005) ในอียิปต์ พบว่าการวางแผนที่ขาดการเชื่อมโยงกับหน่วยงานท้องถิ่นทำให้เกิดช่องว่างในการปฏิบัติ ซึ่งขัดแย้งกับผลการวิจัยนี้ แต่สามารถอธิบายได้ว่าบึงกาฬประสบความสำเร็จจากการออกแบบแผนงานที่เน้นการมีส่วนร่วมชุมชน ( $X^- = 4.20$ ) และการสื่อสารข้อมูลอย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhou และ Ap (2009) ที่ชี้ว่าการคาดการณ์ความต้องการนักท่องเที่ยวอย่างแม่นยำช่วยลดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

สมมติฐาน H3: แผนงานด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว แผนงานด้านการท่องเที่ยวส่งผลทางตรงสูงต่อ มาตรฐานบริการ (Service) ( $\lambda=0.98, p<0.01$ ) โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการ ( $\lambda=0.88$ ) สอดคล้องกับทฤษฎี Service-Dominant Logic โดย Vargo & Lusch (2004) ซึ่งนำเสนอการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ในการตลาด จากที่เน้นสินค้ามาสู่การเน้นบริการ (Service-Dominant Logic) โดยเสนอว่าคุณค่าไม่ได้อยู่ที่ตัวสินค้า แต่อยู่ที่การสร้างประสบการณ์และคุณค่าร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าที่เน้นการแปลงนโยบายสู่การบริการเชิงประจักษ์ ตัวอย่างเช่น การจัดการรับส่งเมื่อที่จอดรถอยู่ห่าง ( $X^- = 4.11$ ) และการออกแบบพื้นที่สำหรับผู้พิการ ( $X^- = 4.19$ ) แสดงให้เห็นว่าการวางแผนเชิงปฏิบัติการช่วยยกระดับคุณภาพบริการได้จริง ในทางตรงข้าม การศึกษาของ Sedmak และ Kociper (2017) ในสโลวีเนีย ชี้ว่าความสม่ำเสมอของบริการ (Service Consistency) สำคัญกว่าการวางแผน ซึ่งอาจสะท้อนความแตกต่างด้านวัฒนธรรมการบริการ แต่ผลการศึกษาวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ Oo และ Wattanacharoensil (2020) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการและสภาพแวดล้อมการบริการ

ของโรงแรมระดับกลางในเมืองมัณฑะเลย์ ประเทศเมียนมาร์และพบว่าบริการที่เน้นความน่าเชื่อถือเกิดจากการวางแผนเชิงระบบ

สมมติฐาน H4: ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการแม้ความปลอดภัย (Safety) จะไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผล ( $\lambda=0.10, p>0.05$ ) แต่ผลการศึกษาสนับสนุนแนวคิดของ Hall และคณะ (2018) ที่มองความปลอดภัยเป็น "ปัจจัยพื้นฐาน" (Hygiene Factor) ที่ต้องมีก่อนการพัฒนาเชิงคุณภาพ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ว่ามีเจ้าหน้าที่ตำรวจดูแล ( $X^- = 4.16$ ) แล้ว พวกเขาจะมุ่งเน้นการประเมินประสิทธิผลผ่านมิติเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมแทน ซึ่งขัดแย้งกับงานของ Nunkoo และคณะ (2013) ที่พบว่าความปลอดภัยเป็นตัวทำนายหลักของประสิทธิผล อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ George และ Booyens (2014) ในแอฟริกาใต้ ชี้ว่าปัญหาการถูกเอารัดเอาเปรียบ ( $X^- = 1.35$ ) มีผลน้อยต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว หากระบบความปลอดภัยพื้นฐานเข้มแข็ง สอดคล้องกับข้อค้นพบนี้ นอกจากนี้ Seabra และคณะ (2013) ยังอธิบายว่าความปลอดภัยทางเศรษฐกิจ (เช่น ราคายุติธรรม) ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวมากกว่าความปลอดภัยทางกายภาพ

สมมติฐาน H5: มาตรฐานการบริการมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการ มาตรฐานบริการ (Service) ส่งอิทธิพลทางตรงในระดับปานกลางต่อประสิทธิผล ( $\lambda = 0.49, p < 0.05$ ) สอดคล้องกับการศึกษาของ Jeaheng และคณะ (2020) และ Loke (2020) ที่พบว่าคุณภาพบริการเป็นตัวทำนายหลักของความภักดีนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Sedmak และ Kociper (2017) ในสโลวีเนียที่ชี้ว่าความสม่ำเสมอของบริการ (Service Consistency) มีผลมากกว่ามาตรฐานจริยธรรม

### 5.3.2 การอภิปรายผลในส่วนของงานวิจัยเชิงคุณภาพแบ่งออกเป็น 3 มิติดังนี้

#### 1) แผนด้านการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

จากผลการศึกษา พบว่าแผนด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิผลจะต้องครอบคลุมมิติต่าง ๆ เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การตลาด การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน ทั้งนี้ จังหวัดบึงกาฬมีศักยภาพในการพัฒนาอัตลักษณ์เฉพาะตัว เช่น แม่น้ำโขง แหล่งโบราณคดี และวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงลึก การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันเฉพาะพื้นที่และแพลตฟอร์มประชาสัมพันธ์ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูล

และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สปป.ลาว จะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยมีการศึกษาที่สอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้คือ การศึกษาของ Intipeek และคณะ (2025) เรื่องการพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวและปรับปรุงประสบการณ์นักท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับข้อเสนอของจังหวัดบึงกาฬที่เน้นการพัฒนาแอปพลิเคชันเฉพาะและระบบจองออนไลน์ (Intipeek et al., 2025) ขณะที่งานวิจัยของ TAT (2025) เรื่องยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ พบว่าการบูรณาการนวัตกรรมเข้ากับการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและความยั่งยืน ซึ่งตรงกับแนวทางการพัฒนาอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมแม่น้ำโขงของบึงกาฬ (TAT, 2025) ในขณะที่ งานวิจัยของ Anderson (2017) วิเคราะห์ชุมชนริมแม่น้ำโขงในมิตินานุษยวิทยา ชี้ว่าการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้มากเกินไป อาจทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนลดลง ซึ่งขัดแย้งกับแผนของบึงกาฬที่เน้นการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นกลไกหลัก (Anderson, 2017) ส่วนการศึกษาของ ASEAN Tourism Forum (2022) เติมนว่าการขยายฤดูท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมประติษฐ์อาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศทางวัฒนธรรม ซึ่งแตกต่างจากแผนของบึงกาฬที่ยังไม่มีการประเมินผลกระทบเชิงลึกในด้านนี้ (ASEAN Tourism Forum, 2022)

## 2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

จากผลการศึกษาความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ ผลการศึกษาเน้นถึงความจำเป็นในการตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกความปลอดภัยแบบครบวงจร ระบบเตือนภัยทันสมัย และมาตรฐานสุขอนามัย รวมถึงมาตรการรับมือภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัยและดินถล่ม นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอให้ฝึกอบรมบุคลากรเพื่อเตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์ฉุกเฉินและจัดทำระบบประกันภัยสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น มีผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้คือ งานวิจัยของ Tourism Authority of Thailand (2024) เรื่องความคาดหวังต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ พบว่าการติดตั้งระบบ CCTV และจุดตรวจความปลอดภัยช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยวได้ 35% สอดคล้องกับข้อเสนอของบึงกาฬในการจัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกความปลอดภัยแบบบูรณาการ

(Tourism Authority of Thailand, 2024) ส่วนงานวิจัยของ SornSri และคณะ (2020) เรื่อง มาตรฐานบริการสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัย ซึ่งว่าการฝึกอบรมบุคลากรด้านปฐมพยาบาลและการสื่อสารหลายภาษาช่วยลดความเสี่ยงทางสุขภาพได้ ซึ่งตรงกับแผนพัฒนาบุคลากรของบึงกาฬ (SornSri et al., 2020) ตรงกันข้ามกับการศึกษาของ Gonzalez และคณะ (2021) วิเคราะห์ผลกระทบของเทคโนโลยีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในละตินอเมริกา พบว่าการพึ่งพาระบบแจ้งเตือนอัจฉริยะมากเกินไปอาจลดทอนบทบาทของชุมชนในการดูแลความปลอดภัย ซึ่งขัดแย้งกับแผนของบึงกาฬที่เน้นเทคโนโลยีเป็นหลัก (Gonzalez et al., 2021) ขณะที่งานวิจัยของ Krungsri Research (2024) ซึ่งว่าประเทศไทยยังขาดแคลนระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในระยะยาว (Krungsri Research, 2024)

### 3) มาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ พบว่าการพัฒนา มาตรฐานบริการจำเป็นต้องบูรณาการทุกมิติการท่องเที่ยว ตั้งแต่ที่พัก ร้านอาหาร ไปจนถึงระบบขนส่ง โดยเน้นการออกแบบมาตรฐานเฉพาะถิ่นที่ผสมผสานความเป็นสากลกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูลเห็นพ้องว่าการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ระบบจองออนไลน์และแพลตฟอร์มแนะนำสถานที่อัจฉริยะ ช่วยยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันต้องพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการสื่อสารหลายภาษาและความรู้ท้องถิ่น รวมถึงออกแบบบริการที่ครอบคลุมความหลากหลายของกลุ่มนักท่องเที่ยวทุกวัยและความต้องการพิเศษ การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์และการมีระบบรับข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพถูกระบุเป็นปัจจัยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ ทั้งนี้ความสำเร็จขึ้นอยู่กับความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนมาตรฐานบริการที่คำนึงถึงคุณภาพและความยั่งยืนควบคู่กัน ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sunthararaks (2025) เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาคอีสาน พบว่าการพัฒนามาตรฐานที่พักเชิงนิเวศและบริการอาหารปลอดภัยช่วยเพิ่มความพึงพอใจนักท่องเที่ยวได้ 28% สอดคล้องกับแผนของบึงกาฬที่เน้นการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น (Sunthararaks, 2025) ส่วนงานวิจัยของ Yimin (2025) เรื่องการท่องเที่ยวโดยรถไฟ ซึ่งว่าการพัฒนาระบบขนส่งแบบ Low Carbon ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ ซึ่งตรงกับแผนพัฒนาระบบขนส่งของบึงกาฬ (Yimin, 2025) ในทางตรงกันข้ามผลการศึกษาชิ้นนี้มีความแตกต่างกับการศึกษาของ Chen (2020) ในได้ค้นพบว่ามาตรฐานบริการระดับสากลอาจทำให้ชุมชนสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์หากไม่มีการปรับให้สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น ซึ่งแตกต่างจากแผนของ

บึงกาฬที่เน้นการรับรองมาตรฐานแบบสากล (Chen, 2020) ขณะที่งานวิจัยของ Johnson (2019) วิเคราะห์ว่าการกำหนดมาตรฐานที่เข้มงวดเกินไปอาจสร้างภาระให้กับผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาของบึงกาฬที่ยังพึ่งพาธุรกิจชุมชน (Johnson, 2019)

## 5.4 ข้อเสนอแนะ

### 5.4.1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) จากการศึกษาพบว่า ความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว จังหวัดบึงกาฬควรจัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกที่สามารถทำงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เช่น ตำรวจท่องเที่ยว สาธารณสุข และหน่วยกู้ภัย เพื่อให้บริการช่วยเหลือฉุกเฉินและตรวจสอบสถานการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ควรมีการสร้างระบบเตือนภัยและแจ้งเหตุฉุกเฉินที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

2) การพัฒนามาตรฐานการบริการในพื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬควรมีความหลากหลายและครอบคลุมทั้งในเรื่องการให้บริการที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง และแหล่งท่องเที่ยว โดยการพัฒนามาตรฐานการบริการที่มุ่งเน้นคุณภาพ และการฝึกอบรมบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวจะช่วยยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวและเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

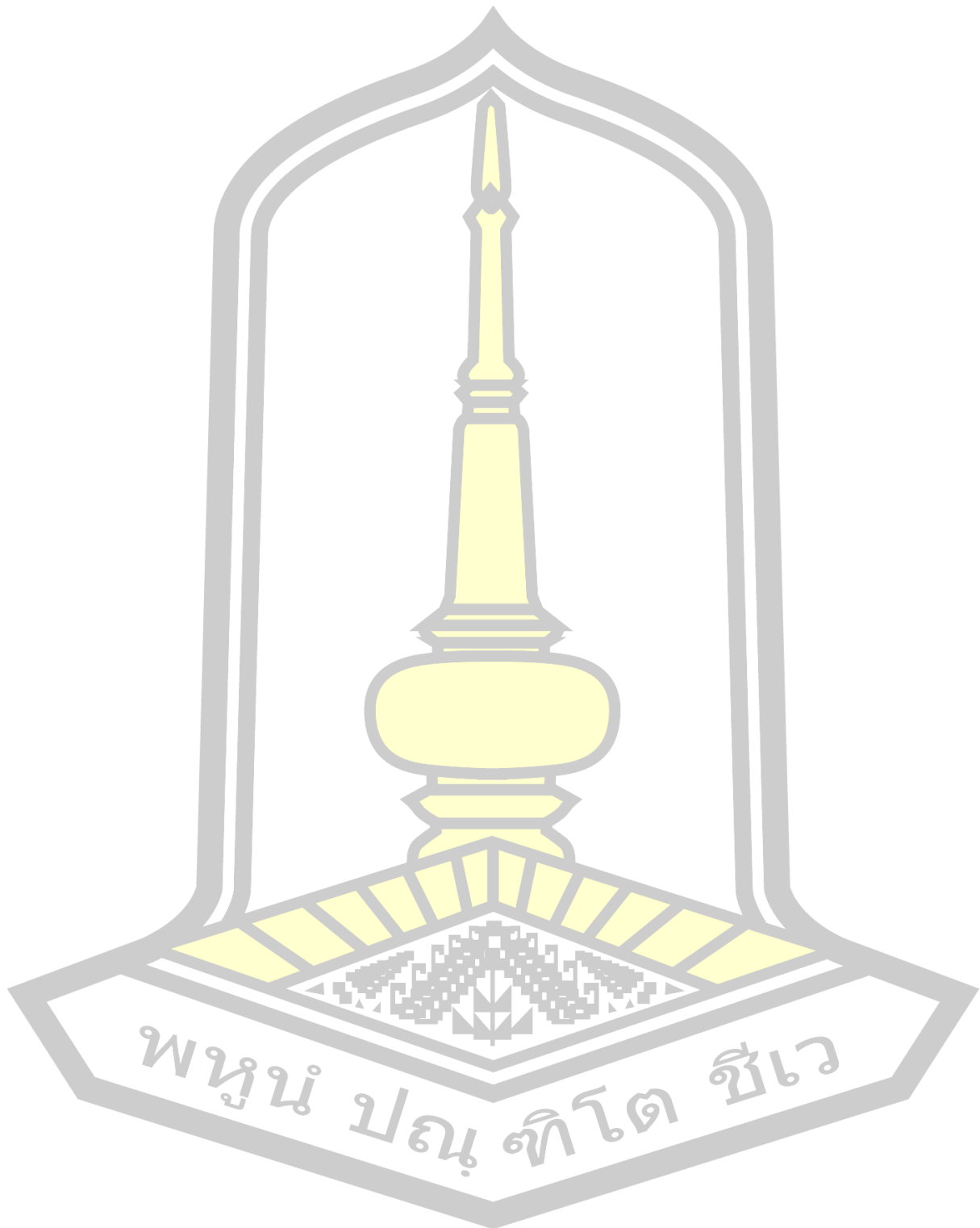
3) การพัฒนาทางเลือกในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดบึงกาฬและประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สปป.ลาว หรือพื้นที่ใกล้เคียงจะสามารถขยายตลาดนักท่องเที่ยวและเพิ่มความหลากหลายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อนบ้านเพื่อเพิ่มโอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้ามพรมแดน

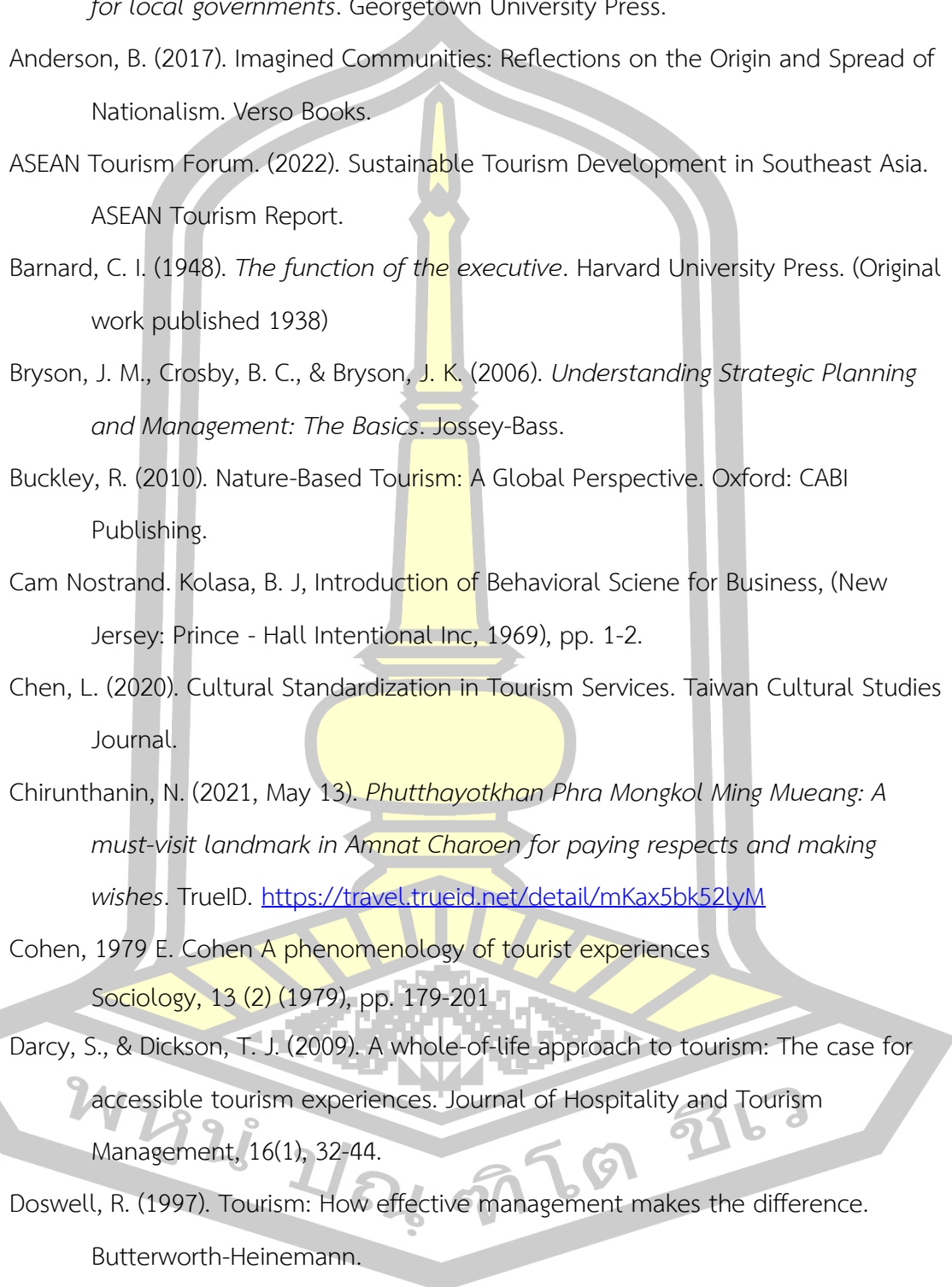
### 5.4.2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1) การวิจัยในอนาคตอาจพิจารณาการเปรียบเทียบมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬกับจังหวัดอื่นๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างประเทศ เพื่อศึกษาแนวทางในการยกระดับคุณภาพการบริการให้มีมาตรฐานสูงขึ้นและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2) การศึกษาผลกระทบของมาตรการความปลอดภัยที่พัฒนาขึ้นต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะช่วยให้สามารถประเมินประสิทธิภาพของมาตรการความปลอดภัยที่นำมาใช้ได้ดียิ่งขึ้น และปรับปรุงกลยุทธ์ในอนาคต

บรรณานุกรม



- 
- Agranoff, R., & McGuire, M. (2003). *Collaborative public management: New strategies for local governments*. Georgetown University Press.
- Anderson, B. (2017). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso Books.
- ASEAN Tourism Forum. (2022). *Sustainable Tourism Development in Southeast Asia*. ASEAN Tourism Report.
- Barnard, C. I. (1948). *The function of the executive*. Harvard University Press. (Original work published 1938)
- Bryson, J. M., Crosby, B. C., & Bryson, J. K. (2006). *Understanding Strategic Planning and Management: The Basics*. Jossey-Bass.
- Buckley, R. (2010). *Nature-Based Tourism: A Global Perspective*. Oxford: CABI Publishing.
- Cam Nostrand. Kolasa, B. J, Introduction of Behavioral Science for Business, (New Jersey: Prince - Hall Intentional Inc, 1969), pp. 1-2.
- Chen, L. (2020). Cultural Standardization in Tourism Services. *Taiwan Cultural Studies Journal*.
- Chirunthanin, N. (2021, May 13). *Phutthayotkhan Phra Mongkol Ming Mueang: A must-visit landmark in Amnat Charoen for paying respects and making wishes*. TrueID. <https://travel.trueid.net/detail/mKax5bk52lyM>
- Cohen, 1979 E. Cohen A phenomenology of tourist experiences *Sociology*, 13 (2) (1979), pp. 179-201
- Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32-44.
- Doswell, R. (1997). *Tourism: How effective management makes the difference*. Butterworth-Heinemann.
- Douglas, M., & Wildavsky, A. (1982). *Risk and culture: An essay on the selection of technical and environmental dangers*. University of California Press.
- Dunn, W. N. (1994). *Public policy analysis: An introduction*. Upper Saddle River, NJ:

Prentice Hall.

Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (1997). *Marketing* (12th ed.). McGraw-Hill.

ESCAP, U. (2003). Promotion of Buddhist tourism circuits in selected Asian countries.

European Parliament Luxembourg. (2002). *The Tourism Sustainability Supply Chain Model*. Luxembourg: European Parliament.

Gonzalez, M. et al. (2021). Technology and Cultural Preservation. *Latin American Tourism Review*.

Gray, B. (1989). *Collaborating: Finding common ground for multiparty problems*. Jossey-Bass.

George, R., & Booyens, I. (2014). Township tourism demand: Tourists' perceptions of safety and security. *Urban Forum*, 25(4), 449-467.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.

Hall, C. M., Prayag, G., & Amore, A. (2018). *Tourism and resilience: Individual, organisational and destination perspectives*. Channel View Publications.

Hongxia, X., Xianhao, S., & Wen, L. (2011). *Tourism supply chain and its implications for tourism management*. *Journal of Tourism Studies*, 15(2), 45-58.

Hillson, D., & Murray-Webster, R. (2012). *Understanding and managing risk attitude*. Routledge.

Ibrahim, Z., & Wall, G. (2005). Assessing tourism planning: Goals and objectives for Egyptian tourism. *Tourism Analysis*, 10(3), 255-270.

Institute of Risk Management. (2018). *Strategic risk management: Principles and practice*. Institute of Risk Management.

Intipeek, K. et al. (2025). *Digital Marketing Strategies for Thai Tourism Entrepreneurs*. Chiang Mai Rajabhat University Press.

Jayasinghe, A. R. N. T. (2020). Factors that Affecting to Develop Buddhist Tourism in Sri Lanka. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 4, 1754-1760.

Jeaheng, Y., Al-Ansi, A., & Han, H. (2020). Impacts of the COVID-19 pandemic on

- sustainable tourism demand in Thailand: The government's strategic responses. *Sustainability*, 12(17), 6703. <https://doi.org/10.3390/su12176703>
- John-Steiner, V., & Uten, J. (1998). *Interdisciplinary collaboration: Beyond traditional boundaries*. Cambridge University Press.
- Johnson, R. (2019). Small Business Challenges in Tourism Standardization. *Philippine Tourism Studies*.
- Johnston, R. (1995). *The determinants of service quality: A framework*. *Journal of Service Research*, 1(1), 1-14.
- Kaplan, R. S., & Mikes, A. (2012). Managing risks: A new framework. *Harvard Business Review*, 90(6), 48-60.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management*. Prentice Hall.
- Krungsri Research. (2024). Sustainable Tourism: Thailand's Environmental Challenges. Krungsri Report.
- Linden, R. (2002). *Working across boundaries: Making collaboration work in government and nonprofit organizations*. Jossey-Bass.
- Lank, E. (2006). *Collaboration: What makes it work*. The Networked Organization Series. Cambridge University Press.
- Lloyd-Walker, B., & Cheung, L. (1998). *Service quality: A comprehensive analysis*. *Journal of Service Management*, 9(2), 34-45.
- Livari, J., & Niemisalo, M. (2013). *Managing safety and security in tourism: A multi-level approach*.
- Loke, S. P. (2020). Service quality and tourist satisfaction in ecotourism: A case study of Taman Negara National Park, Malaysia. *Journal of Ecotourism*, 19(4), 342–359. <https://doi.org/10.1080/14724049.2020.1755074>
- Maneenetr, T. (2008). Khmer temples of northeast Thailand: A proposed plan for tourism development.
- McCarthy, E. J. (1995). *Basic Marketing: A Managerial Approach*. Richard D. Irwin, Inc.
- Mansfeld, Y., & Pizam, A. (2006). *Tourism, security, and safety: From theory to*

*practice*. Elsevier.

Merriam-Webster. (2011). *Collaboration*. In Merriam-Webster's online dictionary.

Nukkipidet. (2021, November 14). *Wat Tham Saeng Phet: A famous temple in Amnat Charoen, a must-visit destination in Isan for merit-making*. TrueID.

<https://travel.trueid.net/detail/PxyqqpGy98gx>

Novelli, M. (2005). *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases*. Elsevier.

Ngoc, K.N. & Trinh, N.T, "Factors affecting Tourists' Return Intention Towards Vung Tau City, Vietnam: A mediation Analysis of Destination Satisfaction". *Journal of Advanced Management Science*, Vol. 3 No. 4 (2015): 292-298.

Nunkoo, R., Smith, S. L., & Ramkissoon, H. (2013). Residents' attitudes to tourism: A longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 5–25. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.673621>

Oo, M. M., & Wattanacharoensil, W. (2020). Tourist satisfaction on service quality and service environment of midscale hotels in Mandalay, Myanmar. *Journal of International Thai Tourism*, 16(2), 45-60.

Piboonrunroj, P., & Disney, R. (2009). *Supply chain management in tourism: An exploratory study*. *Tourism Management*, 30(2), 258-267.

Patterson, I. (2018). *Experiential Tourism: A New Approach to Travel*. *Journal of Travel Research*.

Ritchie, J. B., & Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. CABI.

Ring, P. S., & Van de Ven, A. H. (2006). *Developing theories of collaboration*. In A. M. Thomson (Ed.), *Collaboration and community engagement* (pp. 23-45). University of Chicago Press.

Richards, G. (2001). *Cultural Tourism in Europe*. CABI Publishing.

Sedmak, G., & Kociper, T. (2017). The consistency of a tourism product: A new conceptual framework. *European Journal of Tourism Research*, 17, 102-115.

SornSri, S. et al. (2020). *Service Quality for Senior Tourists*. *EUrASEANs Journal*.

- Straus, D. (2002). *How to make collaboration work: Powerful ways to build consensus, solve problems, and make decisions*. Berrett-Koehler Publishers.
- Steers, R. M., Ungson, G. R., & Mowday, R. T. (1985). *Managing organizations: A global perspective*. New York, NY: Harper & Row.
- Shimp, T. A. (1997). *Advertising, promotion, and supplemental aspects of integrated marketing communications* (4th ed.). The Dryden Press.
- Sunthararaks, P. (2025). Health Tourism in Northeastern Thailand. TEATA Research Publication.
- Taleb, N. N. (2007). *The Black Swan: The impact of the highly improbable*. Random House.
- Tapper, R., & Font, X. (2004). *Sustainable tourism and the tourism supply chain: Conceptualizing the links*. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(3), 175-196.
- Thomson, A. M., Perry, J. L., & Miller, L. (2006). *Collaboration and community engagement*. University of Chicago Press.
- Thomson, A. M., & Miller, T. (2002). *Collaborative governance: A guide for practitioners*. Jossey-Bass.
- Tourism Authority of Thailand. (2024). Tourist Safety Expectations in Bangkok. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*.
- U.S. Environmental Protection Agency. (2018). *Managing risks associated with waste management*.
- Variddhimeṭī, P. A., Vajirapañño, P. D., Thitapanyo, P. M., & Hanpong, P. N. (2023). A MODEL FOR ENHANCING THE BUDDHIST TOURISM NETWORK DEVELOPMENT NETWORK IN NAKHON PHANOM PROVINCE. *Russian Law Journal*, 11(95), 433-440.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1-17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>
- Wisetphai, C., Lamduan, S., & Champadaeng, S. (2014). Sacred Buddha Image: The Integration of Indigenous Knowledge on Traditions, Rituals, and Beliefs for

Developing Cultural Tourism of Communities in Isan Region. *Asian Culture and History*, 6(2), 235-241.

Wong, C. U. I., McIntosh, A., & Ryan, C. (2013). Buddhism and tourism: Perceptions of the monastic community at Pu-Tuo-Shan, China. *Annals of Tourism Research*, 40, 213-234.

Weiler, B., & Sepp, A. (2001). Special Interest Tourism: The Role of the Tour Operator. In: *Tourism Research: A Handbook*. London: Routledge.

World Tourism Organization. (2021). *Tourism for a Sustainable Future*. Madrid: UNWTO.

World Tourism Organization [WTO]. (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. WTO Publications.

Yimin, T. (2025). *Rail Tourism and Low Carbon Solutions*. Ramkhamhaeng University Press.

Zhang, Y., Ma, Y., & Wang, Q. (2009). *The tourism value chain and its management: An analysis of the tourism supply chain*. *International Journal of Tourism Research*, 11(4), 351-362.

Zhang, Y., Ma, Y., & Wang, Q. (2009). *The tourism value chain and its management: An analysis of the tourism supply chain*. *International Journal of Tourism Research*, 11(4), 351-362.

Zhou, Y., & Ap, J. (2009). Gap between tourism planning and implementation: A case of China. *Tourism Management Perspectives*, 29(3), 123-135.

กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม. (2557). *แนวทางการดำเนินงานโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทาง แสงบุญในมิติทางศาสนา ปี 2557*. สำนักพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม, กรมการศาสนา.

กรมการท่องเที่ยว. (2560). *รายงานการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์รัฐบาล.

กรมการศาสนา. (2558). *รายงานสถานการณ์และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์กรมการศาสนา.

กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย*.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์กรมการท่องเที่ยว.

กรวรรณ สังขกร, & คณะ. (2558). *การพัฒนาโซ่อุปทานการท่องเที่ยว: แนวคิดและกรอบการทำงาน*.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิจัยและพัฒนา.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560* (หน้า 15).

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว. (2560). *รายงานประจำปี 2560*. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย, & ปิย สุตีสุสดี. (2565). *แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศิลป์ วัดปงสนุกเหนือ ตำบลเวียงเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง*. *วารสารการบริหารธุรกิจ สถาบันรัชต์ภาคย์*, 16(47), 123-145.

กิตติรัตน์, ท. (2562). *ประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยว: มิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม*.

กรุงเทพฯ

แก้วจุนันท์, ธ. (2543). *ทฤษฎีและการจัดการความร่วมมือในองค์กร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิจัยและพัฒนา.

คมสัน สุริยะ, & ไพรัช พิบูลย์ รุ่งโรจน์. (ม.ป.ป). *โซ่อุปทานการท่องเที่ยว: แนวคิดและการประยุกต์ใช้ในภาคการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิจัยและพัฒนา.

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. (อ้างใน พระมหาธัชชรี สิริมงคล, 2556). *การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธของวัดหนองแวง (พระอารามหลวง) อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น* (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, หน้า 24). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

มาฆะ, จิตตะสังคะ. (2553). *การศึกษาการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนกรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน* (รายงานการวิจัย). สถาบันวิจัยและพัฒนา: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

เจนจิรา อักษรพิมพ์. (2560). *กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา*. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(3), 141-154.

ชนินทร์ อยู่เพชร. (2554). *การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว: การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน*.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ชนัญ วงษ์วิภาค. (2552). *การท่องเที่ยวทางเลือก: ศาสนาวัฒนธรรม* (ปรับบางส่วนจาก *ดารากการท่องเที่ยววัฒนธรรม, เอกสารการเรียนการสอน การจัดการท่องเที่ยววัฒนธรรม*). คณะ

- วิทยาการจัดการ และคณะโบราณคดี, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชนัญ วงษ์วิภาค. (2552). *การท่องเที่ยวเชิงพุทธและการพัฒนา: การเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมและศาสนา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิจัยและพัฒนา.
- ชัยสมพล, ช. (2547). *การบริการ: ความหมายและลักษณะ*.
- ชูชัย, ส. (2554). *การบริการในมุมมองของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ*.
- ณัฐพงษ์ ฉายแสงประทีป. (2564). *รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดพระธาตุพนมวรมหาวิหาร จังหวัดนครพนม*, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ. (2555). *การวิเคราะห์ข้ออุปทานการท่องเที่ยว: รูปแบบและความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิจัยและพัฒนา.
- นฤมล สะอาดโคม. (2550). *การบริหารความเสี่ยงทางการเงิน*. (หน้า 118). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เนตรธรรานนท์, พ. (2540). *การศึกษาความร่วมมือในองค์กร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิจัยและพัฒนา.
- นฤมล สะอาดโคม, บุษกร วัชวศรีโรจน์, & วาสิตา บุญสาร. (2551). *การบริหารความเสี่ยงในการดำเนินงาน*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- พดุม เอมมานูเอล ไบระหมาน. (2552). *การสร้างความร่วมมือในองค์กร*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2528). *การศึกษาความร่วมมือและการบริหารจัดการในองค์กร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิจัยและพัฒนา.
- พระครูอุตรภาวนาคูณ (สจจาสโภ). (2563). *แนวทางการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงพุทธของวัดในอำเภอนาเยีย จังหวัดอุตรธานี*. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 8(3), 1085-1099.
- พระมหาณัฐกิตติ อนารโท, พระครูสิริสุตาภรณ์, & พระวิมาน คมภีรปณฺเฑ. (2563). *รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงพุทธของพระสงฆ์สายวัดป่าในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย*. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์*, 20(2), 45-60.
- พระมหาสุริยา อภิวฑฒโน (มะสันเทียะ). (2558). *กลยุทธ์การเพิ่มคุณค่าการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของพระอารามหลวงในเกาะรัตนโกสินทร์ (การบริหารธุรกิจดัชนีบัณฑิต)*. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม. หน้า 19
- พระมหาสุทิตย์ อาภากรโธ, และคณะ. (2555). *การพัฒนารูปแบบและกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางพุทธศาสนาในประเทศไทย (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์, หน้า 23)*.

- พระอลงกรณ์ ฐานสิริ (แก้ววิเศษ). (2560). *ศึกษาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของวัดพระพุทธรูป ๙ ส. ในจังหวัดหนองคาย*, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์. (2555). *การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ภัทร์สุภา ลีลานภาพรรณ. (2551). *การท่องเที่ยวเชิงพุทธ: ศึกษาเฉพาะกรณีแหล่งวัฒนธรรมในกรุงเทพมหานคร* (ศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- มาโนช พรหมปัญญา, & คณษ. (2556). *แนวทางการเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน*. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 8(2), 123-145.
- มนัสนันท์ จันท์เพ็ง, & ปณายุ ไชยรัตน์นันท์. (2558). *การจัดการท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงของชุมชน:แนวทางการรับมือและการพัฒนาอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิจัยและพัฒนา. มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช. (2539). *ปัญหาในการประเมินคุณภาพบริการ*.
- ยิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด. (2556). *การวิเคราะห์โซ่อุปทานการท่องเที่ยว: แนวทางและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- วรรณพร วาณิชชานุกการ. (2540). *การท่องเที่ยว: การขยายตัวและผลกระทบทางเศรษฐกิจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- วิรัช ลภิตตกุล. (2538). *การประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัฒน์โกศล ค. และ สีมารุทธิ์ การ์ด ว. (2024). *ศักยภาพและแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 3 ภู จังหวัดบึงกาฬ*. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์*. 7, 3 (ก.ย. 2024), 243–258.
- วาริษฐ์ มัชฌิมบุรุษ. (ม.ป.ป.). *รูปแบบการท่องเที่ยว*. (ออนไลน์)  
<https://tourismatbuu.wordpress.com>
- วิกิพีเดีย. (2567). *จังหวัดบึงกาฬ*.  
<https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%9A%E0%B8%B6%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A5>

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2551). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* (หน้า 99). ขอนแก่น: คลังนาวิทยา.

องค์การบริหารส่วนจังหวัดหนองบัวลำภู. (2562). *แหล่งท่องเที่ยว*.

<https://nppao.go.th/public/list/data/detail/id/1815/menu/1604/page/4>

ศุภกร เสรีรัตน์. (2543). *การตลาดเชิงกลยุทธ์*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภกร, ก. (2563). *ประสิทธิผล: ความหมายและความสำคัญในบริบทการจัดการ*. กรุงเทพฯ

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2564). *การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของประเทศไทย*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543); Etzel, Walker, and Stanton (2001).

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). *นโยบายและกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย*.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิชาการท่องเที่ยว.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *รายงานผลกระทบของการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและแนวทางการฟื้นฟู*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2567). *ถ้าเอราวัณ*. กองจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม, กลุ่มงานจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ.

<https://naturalsite.onep.go.th/site/detail/430>

สถาปนิก นามวงษ์. (2558). *การพัฒนาแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านนาต้นจั่น อำเภอศรีสัชชนาลัย จังหวัดสุโขทัย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

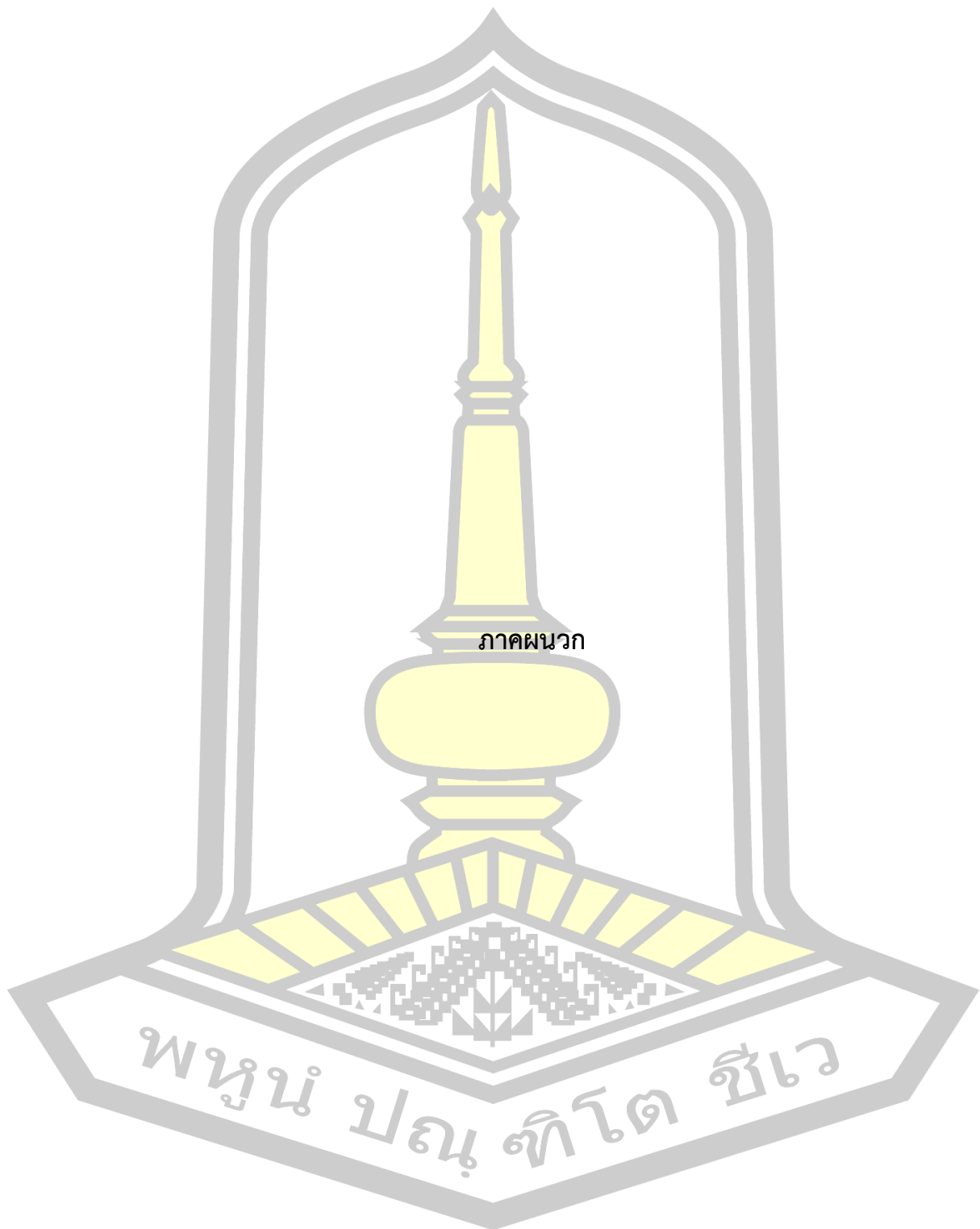
อีสานร้อยแปด. (2561). *วัดเขากาเจติยาราม บึงกาฬ*. <https://esan108.com>

อังคณา ศรีสวัสดิ์. (2553). *การจัดการความเสี่ยงจากผู้รับบริการและวิธีปฏิบัติในการดำเนินงาน*.

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เอนกลาภ, ส. (อ้างในจิตตินันท์, 2555). *การบริการ: ความสะดวกสบายและการแก้ปัญหา*.

อภิสร่า กวางศิริ, นพดล จินดาธรรม, ชัชวาล ม่วงพรวน, และ Ruina Ding. (2561). *การวิเคราะห์การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไร่กองซิง จังหวัดเชียงใหม่ ตามเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย*. ใน การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2 (น. 1112-1128) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้า.





## แบบสัมภาษณ์

### เรื่อง บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มี อิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

\*\*\*\*\*

1. การตอบแบบสัมภาษณ์ชุดนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย จึงขอความอนุเคราะห์ตอบให้ครบสมบูรณ์เพื่อให้การวิจัยมีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง
2. คำตอบของท่านจะไม่ส่งผลกระทบต่อตำแหน่งหน้าการปฏิบัติงานของท่านและตัวท่านแต่อย่างใด ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ท่านตอบไว้เป็นความลับ และนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับ แผนด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการสัมภาษณ์นี้

พูน บุญเกิด ชีวะ

นิสิตหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต

สาขารัฐศาสตร์ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

## แบบสัมภาษณ์

เรื่อง บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อ  
ประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

ตอนที่ 1 : ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่สัมภาษณ์

- หน่วยงานและองค์กรภาครัฐ
- ผู้นำทางศาสนาหรือผู้นำในชุมชน
- ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว
- นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ

\*\*\*\*\*

ตอนที่ 2 : ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแผนด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและมาตรฐาน  
บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

**คำชี้แจง** ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นของท่านให้ตรงประเด็นมากที่สุด

- 1) ท่านมีข้อคิดเห็นหรือมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแผนด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยทำให้เกิด  
ประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ อย่างไร
- 2) ท่านมีข้อคิดเห็นหรือมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วย  
ทำให้เกิดประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ อย่างไร
- 3) ท่านมีข้อคิดเห็นหรือมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ มาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวซึ่งจะทำ  
ให้เกิดประสิทธิผลการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬอย่างไร

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการสัมภาษณ์นี้เป็นอย่างสูง

พูน ปรณ ทิโต ชีเว



## แบบสอบถาม

### เรื่อง บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มี อิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

\*\*\*\*\*

1. การตอบแบบสัมภาษณ์ชุดนี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย จึงขอความอนุเคราะห์ตอบให้ครบสมบูรณ์เพื่อให้การวิจัยมีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง
2. คำตอบของท่านจะไม่ส่งผลกระทบต่อตำแหน่งหน้าการปฏิบัติงานของท่านและตัวท่านแต่อย่างใด ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ท่านตอบไว้เป็นความลับ และนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ แผนด้านการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการสัมภาษณ์นี้

พูน บุญเกิด ชีวะ

นิสิตหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต

สาขารัฐศาสตร์ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

บทบาทของแผน ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อ  
ประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 1 สถานภาพ

**คำชี้แจง** จงทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 25 ปี

2. 25 – 35 ปี

3. 36 – 45 ปี

4. 46 – 55 ปี

5. สูงกว่า 55 ปี

3. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา

2. ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่รัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

4. พนักงานบริษัทเอกชน

5. รับจ้างทั่วไป

6. อื่นๆ (โปรดระบุ)

4. รูปแบบของการมาท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ

1. ท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ได้แก่

2. ท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ได้แก่

3. ท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ ได้แก่

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

5. ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวของท่าน

1. เดินทางมาคนเดียว

2. มากับเพื่อน

3. มากับครอบครัว

4. มากับหน่วยงาน/ที่ทำงาน

5. มากับสถาบันการศึกษา

6. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวของท่านในแต่ละครั้งประมาณเท่าไร

1. ต่ำกว่า 1,000 บาท
  2. 1,001- 3,000 บาท  
 3. 3,001- 5,000 บาท
  4. 5,001 บาทขึ้นไป

2. ท่านทราบข่าวสารการมาท่องเที่ยวจากแหล่งใด (เลือกเพียง 1 แหล่ง)

1. หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/แผ่นพับ/ใบปลิว
  2. วิทยุ/โทรทัศน์  
 3. สื่ออินเทอร์เน็ต/สังคมออนไลน์
  4. บุคคลใกล้ชิดแนะนำ  
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

## ตอนที่ 2 ตัววัดเกี่ยวกับแผนงานด้านการท่องเที่ยว

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน  ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ช่องเดียวเท่านั้น

แผนงานด้านการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5 เห็น ด้วย มาก ที่สุด	4 เห็น ด้วย มาก	3 เห็น ด้วย ปาน กลาง	2 เห็น ด้วย น้อย	1 เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
<b>ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว</b>					
1. ท่านคิดว่าแหล่งท่องเที่ยวของบึงกาฬ มีความน่าสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะ และมีความโดดเด่น					
2. มีห้องพัก / ห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอต่อความต้องการ					
3. ร้านอาหาร / เครื่องดื่ม มีราคาที่เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการ					
4. การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวบึงกาฬสามารถเดินทางได้สะดวก					
<b>ด้านความร่วมมือ</b>					
1. ประชาชนในพื้นที่มีความร่วมมือกัน มีความเอาใจใส่ และเต็มใจให้บริการนักท่องเที่ยว					
2. การจัดตั้งชมรม การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีส่วนช่วยผลักดัน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดบึงกาฬ					
3. ในระหว่างท่องเที่ยว สามารถขอรับข้อมูลจากชุมชนหน่วยงาน					

ภาครัฐได้สะดวกและได้รับข้อมูล เป็นอย่างดีและชัดเจน					
4. ผู้นำชุมชน / ผู้บริหารท้องถิ่น มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว					
<b>ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและประชาสัมพันธ์</b>					
1. มีป้ายร้านที่แสดงการให้บริการอย่างชัดเจน เช่น ร้านอาหาร					
2. มีการนำสินค้าไปจัดโชว์ในงานเทศกาลสินค้าต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และจดจำ					
3. จัดรายการนำเที่ยวพิเศษ					
4. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณาริมทางที่เห็นได้ชัด ก่อนถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะและแสดงระยะเวลาที่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยว					
5. ลงโฆษณาผ่านสื่อเช่น นิตยสาร อินเทอร์เน็ต อย่างต่อเนื่อง					
<b>ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง</b>					
1. คุณภาพของที่พักและร้านอาหาร คุ่มค่ากับเงินที่เสียไป					
2. การท่องเที่ยวตามเส้นทางหรือ คำแนะนำ ตรงตามที่ท่านต้องการ					
3. ป้ายบอกทางเพียงพอ และมีความชัดเจนไม่ทำให้ท่านหลงทางหรือเกิดอุบัติเหตุ					
4. บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวตรงตามคำกล่าวอ้างหรือโฆษณา					



### ตอนที่ 3 ตัววัดเกี่ยวกับเกี่ยวกับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน  ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ช่องเดียวเท่านั้น

ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญ				
	5 สำคัญ มาก ที่สุด	4 สำคัญ มาก	3 สำคัญ ปาน กลาง	2 สำคัญ น้อย	1 สำคัญ น้อย ที่สุด
<b>มาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง (ทางน้ำ ทางถนน)</b>					
1. มีป้ายหรือแผนพับเตือนนักท่องเที่ยวให้ทราบบริเวณใดมีความเสี่ยงจากโจรเพื่อให้นักท่องเที่ยวระวังภัย					
2. มีการเตรียมอุปกรณ์ชูชีพ อุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัย ชุดปฐมพยาบาลอย่างเหมาะสม					
3. มีการติดตั้งป้ายและ สัญญาณเตือนภัย อย่างเหมาะสม					
4. มีความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดบึงกาฬ					
<b>มาตรการจากการถูกเอารัดเอาเปรียบ</b>					
1. ท่านถูกฉ้อโกงหรือเอารัดเอาเปรียบจากผู้ขาย					
2. สินค้าและบริการมีคุณภาพต่ำหรือไม่ได้มาตรฐาน					
3. ได้รับความเดือดร้อนรำคาญเช่น  ربเร้าคะยั้นคะยอให้ซื้อสินค้าหรือบริการ					
4. ซื้อสินค้าราคาแพงเกินความเป็นจริง(ค่าเดินทาง/ค่าที่พัก ฯลฯ )					
<b>มาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน</b>					
1. มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยทั่วถึง ทุกพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว					
2. ท่านรู้สึกปลอดภัยจากอุบัติเหตุทางถนน / จราจร					
3. ท่านรู้สึกปลอดภัยจากอุบัติเหตุทางน้ำ					
4. ท่านรู้สึกปลอดภัย ไม่มีความกังวลว่าจะถูกทำร้าย					



#### ตอนที่ 4 ตัววัดเกี่ยวกับเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน  ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ช่อเดียวเท่านั้น

การบริการด้านการท่องเที่ยว	ระดับความสำคัญ				
	5 สำคัญ มาก ที่สุด	4 สำคัญ มาก	3 สำคัญ ปาน กลาง	2 สำคัญ น้อย	1 สำคัญ น้อย ที่สุด
<b>สถานที่และสิ่งแวดล้อม</b>					
1. มีป้ายและสัญลักษณ์มีการแจ้งข้อมูลและแผนที่ภายในอาคารและภายนอกอาคาร					
2. มีทางสัญจรทางเท้า เช่น พื้นผิวต่างสัมผัสเตือนสิ่งกีดขวาง					
3. มีที่จอดรถมีป้ายสัญลักษณ์สำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ					
4. มีพื้นที่ภายนอกมีจุดนั่งพักและหลังคากันแดดฝน					
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุหรือผู้พิการ					
<b>การให้บริการ</b>					
1. นำสินค้าไปจัดโชว์ในงานเทศกาลสินค้าต่างๆเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักและจดจำ					
2. มีการจัดรายการนำเที่ยวพิเศษ					
3. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณาริมทางที่เห็นได้ชัด ก่อนถึงตลาดน้ำเป็นระยะๆและแสดงระยะทางที่ห่างจากตลาดน้ำ					
<b>การบริหารจัดการ</b>					
1. มีการต้อนรับ/แนะนำการให้บริการ					

2. มีรถรับส่งให้บริการในกรณีที่จุดจอดรถอยู่ห่างจากแหล่งท่องเที่ยว					
3. มีบริการข้อมูลรายละเอียดการเดินทาง					
4. มีบริการข้อมูลรายละเอียดระหว่างการเดินทาง เช่นที่จอดรถ ที่สักการะ					
5. มีรายละเอียดราคาค่าบริการอย่างชัดเจน (ค่าตัว, ค่าเข้าชม)					
<b>จริยธรรมหรือจรรยาบรรณในการดำเนินงาน</b>					
1. บุคลากรผู้ให้บริการแสดงออกถึงความใส่ใจ ไม่เลือกปฏิบัติ					
2. กรณีเกิดเหตุขัดข้องในระหว่างการท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที					
3. ผู้ให้บริการมีกิริยา มารยาท ที่ดีงาม เช่นไม่หยิ่ง ไม่โยน ตะโกนข้ามศีรษะ					

#### ตอนที่ 5 ตัววัดเกี่ยวกับประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว

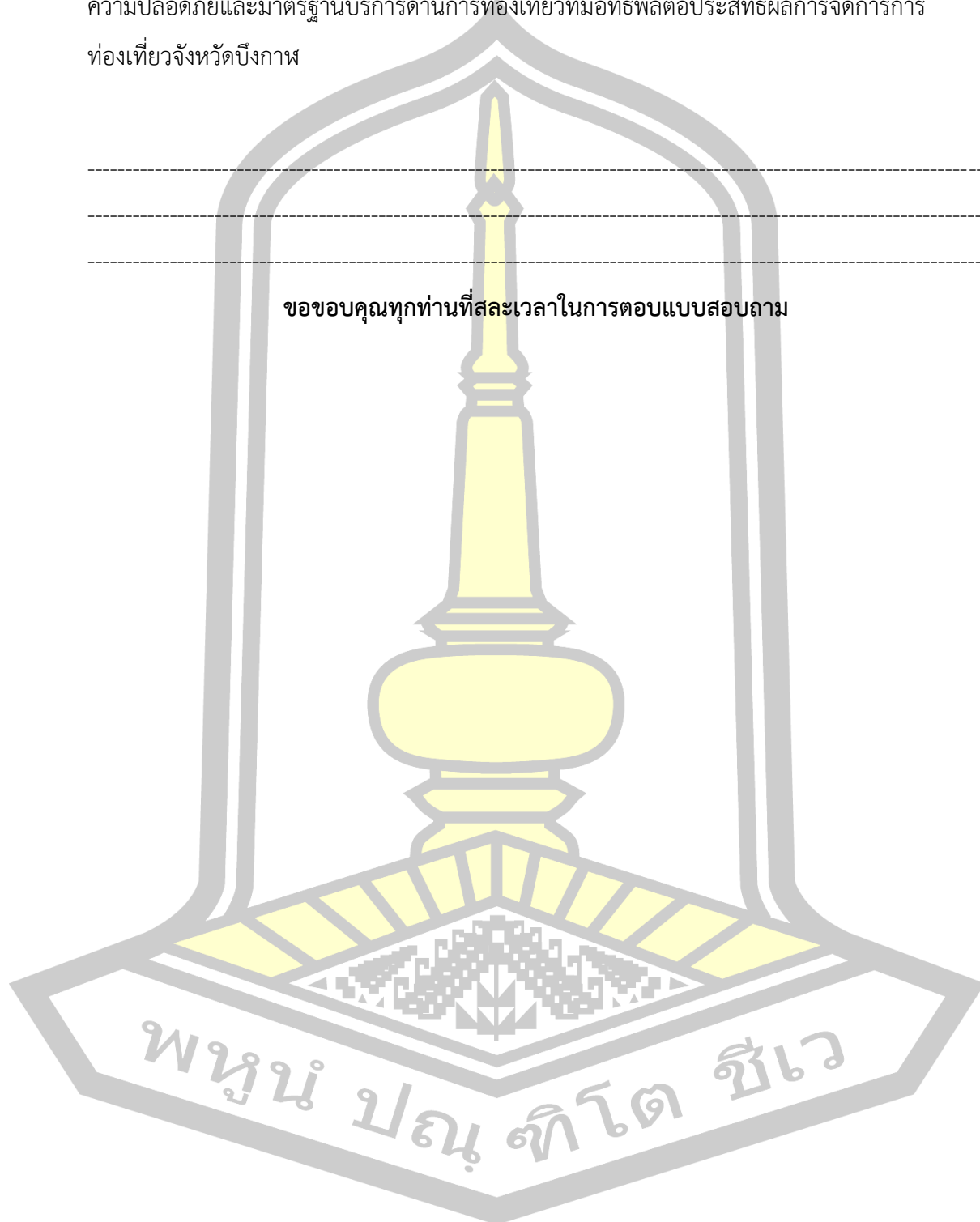
**คำชี้แจง :** กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน  ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ช่องเดียวเท่านั้น

ประสิทธิผลของการจัดการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	5 เห็น ด้วย มาก ที่สุด	4 เห็น ด้วย มาก	3 เห็น ด้วย ปาน กลาง	2 เห็น ด้วย น้อย	1 เห็น ด้วย น้อย ที่สุด
<b>มิติด้านเศรษฐกิจ</b>					
ท่านเห็นว่าการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นในทางบวก					
การค้าหรือสถานประกอบการในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว					
การท่องเที่ยวช่วยสร้างโอกาสในการทำงานให้กับ					

ประชาชนในพื้นที่					
รายได้จากการท่องเที่ยวถูกนำกลับมาลงทุนในพัฒนาชุมชนท้องถิ่น					
มีการลงทุนในด้านต่างๆเพื่อรองรับการบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร					
<b>มิติด้านสังคม</b>					
การท่องเที่ยวที่บึงกาฬได้ช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างผู้มาเยือนและคนในพื้นที่					
การท่องเที่ยวช่วยในคนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นคุณภาพชีวิตดีขึ้น					
รู้สึกถึงการได้รับการต้อนรับจากชุมชนท้องถิ่นในระหว่างมาเยือน					
การท่องเที่ยวส่งเสริมความหลากหลายและการมีส่วนร่วมในชุมชน					
การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น					
<b>มิติด้านสิ่งแวดล้อม</b>					
รับรู้ถึงการจัดสรรรายได้บางส่วนมาส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด					
กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่ทำให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น					
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อม					
กิจกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วมในแนวทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
ท่านรับรู้ว่าคุณภาพในพื้นที่มีความรู้สึกห่วงใยและมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ					

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับแผนด้านการท่องเที่ยว  
ความปลอดภัยและมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการ  
ท่องเที่ยวจังหวัดบึงกาฬ

ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	พระครูปลัดเสกสรรค์ จอมมะณี (ปญฺญาวุฑฺฒ)
วันเกิด	14 ตุลาคม 2536
สถานที่เกิด	จังหวัดหนองคาย
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	38/11 วัดเชกาเจติยาราม พระอารามหลวง ตำบลเชกา อำเภอเชกา จังหวัดบึงกาฬ
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดเชกาเจติยาราม , เลขานุการเจ้าคณะจังหวัดบึงกาฬ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	วัดเชกาเจติยาราม พระอารามหลวง
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2555 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนเชกา พ.ศ. 2562 ปริญญาตรี หลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. 2565 ปริญญาโท หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. 2567 ปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พญัน ปณฺ ทิโต ชีเว