

วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา

ปีที่ 6 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน 2567 Vol. 6 No. 3 July-September 2024

ฉบับฉบับ

- **บทความรับเชิญ : การปรับแนวเขตอุทยานแห่งชาติกับลาน ผลกระทบต่อแหล่งมรดกโลกกลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ**
โดย โรจน์ คุณเอนก
- **Donation by the Family of Chamkad Balankura to the Pridi Banomyong Library, Thammasat University**
โดย Benjamin Ivry, Pajongruk Samcharoen
- **แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ จังหวัดนครพนม**
โดย วชิรญา ตติยนันกุล
- **กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร**
โดย คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา
- **การประเมินวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงเพื่อพัฒนาเครือข่ายลดปัจจัยเสี่ยงตามแนวพระพุทธศาสนา**
โดย พระศรีสมโพธิ (วรัญญู สอนขุน) พระมหาเสรีชน นริสสุโร ภูเบศ วณิชชานนท์ นนทปวิธ ศรีเทพ
นัชชา ทากุดเรือ และบุษยมาส เสือโพธิ์
- **แนวทางการปรับใช้ระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย: กลไกการกระตุ้นและควบคุมพฤติกรรม
ของผู้คน**
โดย สรัญญา เตรรัตน์ ปกป้อง ส่องเมือง และธีระ สืบเดชารักษ์

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หน่วยงานหลักในการให้บริการด้านการบริหารงานวิจัย
และดำเนินการวิจัยในนาม “มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์”

Quality Matters, Always

SCAN QR CODE



รายละเอียดเพิ่มเติม

TU-RAC

ขึ้นทะเบียนเป็นที่ปรึกษา กับศูนย์ข้อมูลที่ปรึกษา
สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ กระทรวงการคลัง
เลขทะเบียนที่ปรึกษา 668 ระดับ 1

สาขา AG, ED, EG, EV, FI, HE, IN, PO, ICT, TO, TR, UD, WS, LW, QS, MID, PR, RE, MS



สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (TU-RAC)

อาคารอเนกประสงค์ 1 ชั้น 7 เลขที่ 2 ถ.พระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200

โทรศัพท์ : 0-2613-3120-2, 0-2223-3757, 090-575-1066

E-mail : turac.project2022@gmail.com



<https://turac.tu.ac.th/>



Thammasat University Research and Consultancy Institute (TU-RAC)

บทบรรณาธิการ

ในช่วงเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา ได้เกิดข้อถกเถียงในสังคมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการเพิกถอนพื้นที่อุทยานแห่งชาติทับลาน จำนวน 265,286.58 ไร่ ออกจากการเป็นพื้นที่ป่าอนุรักษ์ ข้อถกเถียงดังกล่าวได้ทำให้เกิดการต่อสู้กันระหว่างแนวคิดอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กับแนวคิดปกป้องชุมชน วารสารสังคมวิจัยและพัฒนาจึงขอเข้าไปมีส่วนร่วมในการถกเถียงดังกล่าวผ่านบทความรับเชิญของโรจน์ คุณเอนก เรื่อง **“การปรับแนวเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน ผลกระทบต่อแหล่งมรดกโลกกลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่”** ที่มองว่า อุทยานแห่งชาติทับลานเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งมรดกโลกกลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ การปรับปรุงแนวเขตอุทยานแห่งชาติทับลานดังกล่าว จะส่งผลกระทบต่อคุณค่าโดดเด่นของผืนป่าแห่งนี้

สำหรับบทความอื่น ๆ ในฉบับที่ 3 นี้ วารสารสังคมวิจัยและพัฒนาขอนำเสนอบทความ 5 เรื่อง ใน 3 กลุ่มได้แก่

กลุ่มแรก ได้แก่ บทความแนวประวัติศาสตร์ของ Benjamin Ivry และ Pajongruk Samcharoen ที่ได้กล่าวถึง “จำกัด พลาญกูร” ที่ได้ชื่อว่าเป็นวีรบุรุษเสรีไทย แต่วีรบุรุษคนดังกล่าวได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับหอสมุดปรีดี พนมยงค์ อย่างไรก็ตาม ท่านสามารถศึกษาได้จากบทความเรื่อง **“Donation by the Family of Chamkad Balankura to the Pridi Banomyong Library, Thammasat University”**

กลุ่มที่สอง เป็นบทความที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ บทความวิจัยของวชิรญา ตติยนันทกุล ที่ได้นำเสนอภาพทั่วไปในการจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม และผลวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว

ความน่าสนใจของบทความนี้ก็คือ เรามักจะรับรู้ว่างังหวัดนครพนมเป็นจังหวัดที่ร่มรวยด้วยศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นที่ตั้งของพระธาตุพนม จึงทำให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงศิลปะวัฒนธรรมเป็นหลัก แต่ผู้เขียนกำลังนำเสนอว่า จังหวัดนครพนม ก็สามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำได้ บทความนี้จึงนับเป็นการให้ข้อเสนอใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งท่านสามารถศึกษาได้จากบทความเรื่อง **“แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ จังหวัดนครพนม”** ส่วนอีกบทความ ได้แก่ บทความวิจัยของคมสิทธิ์ เกียนวัฒนา ที่นำเสนอผลการวิเคราะห์ปัญหาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ และกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยพบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้น ได้แก่ ปัญหาด้านการคมนาคมขนส่ง ปัญหานักท่องเที่ยวหนาแน่น และปัญหาทางด้านการสื่อความหมาย อีกทั้งยังได้เสนอกกลยุทธ์ต่าง ๆ ซึ่งผู้อ่านสามารถนำไปปรับใช้กับพื้นที่ของตนเองได้ บทความนี้ได้สะท้อนให้เห็นว่า ไม่เพียงแต่สถานที่ท่องเที่ยวจะต้องดีแล้ว โลจิสติกส์ท่องเที่ยวก็ต้องดีด้วย โดยท่านสามารถศึกษาได้จากบทความเรื่อง **“กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร”**

บทบรรณาธิการ

กลุ่มที่สาม ได้แก่ บทความแนวพัฒนาชุมชนและสังคม โดยบทความแรก ได้แก่ บทความวิจัยของพระศรีสมโพธิ (วรญาณ สอนขุน) และคณะ บทความดังกล่าวได้นำเสนอผลจากการพัฒนา และส่งเสริมเครือข่ายวัดต้นแบบ การลดปัจจัยเสี่ยงตามหลัก “บวร” ระดับจังหวัด บทความนี้ชี้ให้เห็นว่า หลักคิด และหลักปฏิบัติเรื่อง “บวร” ยังคงมีความสำคัญ แม้แต่ในเรื่องของการพัฒนา และดูแลสุขภาพของผู้คน หลักฐานที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจน คือ กรณีของการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ส่วนการดำเนินการจะเป็นอย่างไรนั้น ท่านสามารถศึกษาได้จาก บทความชื่อ “การประเมินวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงเพื่อพัฒนาเครือข่ายลดปัจจัยเสี่ยงตามแนวพระพุทธศาสนา” ส่วนบทความถัดมาเป็นบทความที่แสดงให้เห็นถึงการควบคุมทางสังคมในอีกรูปแบบหนึ่ง ได้แก่ “ระบบเครดิตทางสังคม” โดยสรัญญา เตรีตัน และคณะได้นำเสนอกลไกระบบเครดิตทางสังคม กรณีศึกษาประเทศสหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนจีน รวมทั้งยังได้เสนอแนะแนวทางการปรับใช้ระบบเครดิตทางสังคมดังกล่าวกับประเทศไทยไว้อย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะข้อเสนอที่ว่า “การกระตุ้นให้ประชาชนแสดงพฤติกรรมเชิงลบ ผ่านการแปลงพฤติกรรมให้กลายเป็นคะแนนที่จับต้องได้ และคะแนนพฤติกรรมเชิงลบเหล่านี้สามารถนำไปแลกเปลี่ยนประโยชน์เพื่อแบ่งเบาภาระในการดำเนินชีวิตประจำวันได้” ซึ่งดูจะตรงกันข้ามกับการกระตุ้นพฤติกรรมเชิงบวก ซึ่งท่านสามารถศึกษาได้จากบทความเรื่อง “แนวทางการปรับใช้ระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย: กลไกการกระตุ้นและควบคุมพฤติกรรมของผู้คน” บทความสุดท้ายของเล่มนี้

กองบรรณาธิการวารสารสังคมวิจัยและพัฒนาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทความในฉบับนี้ จะทำให้ท่านเกิดความรู้ มีความเข้าใจ สามารถนำผลการศึกษาต่าง ๆ ไปใช้ ไปต่อยอด เพื่อพัฒนาสังคมผ่านงานวิจัยต่าง ๆ ต่อไป โดยวารสารสังคมวิจัยและพัฒนา ขอทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ความรู้ดังกล่าว

ทรงไข ทองน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงชัย ทองปาน

บรรณาธิการวารสาร

บทความรับเชิญ

การปรับแนวเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน ผลกระทบต่อแหล่งมรดกโลกกลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

โรจน์ คุณเอนก¹

E-mail : Khunroj@tu.ac.th

บทนำ

อุทยานแห่งชาติทับลานเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งมรดกโลกกลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ (Dong Phrayayen-Khao Yai Forest Complex) การปรับปรุงแนวเขตอุทยานแห่งชาติทับลานแม้จะมีการระบุในเอกสารการนำเสนอแหล่ง (Nomination Dossier) แต่หากการปรับแนวเขตดังกล่าวส่งผลกระทบต่อคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล (Outstanding Universal Value: OUV) ของแหล่ง ย่อมส่งผลให้เกิดปัญหาต่อสถานภาพของแหล่งมรดกโลกได้

ผืนป่าดงพญาไฟ สู่กลุ่มป่าดงพญาเย็น

ภาพของกลุ่มป่าดงพญาเย็นในอดีต ปรากฏอย่างชัดเจนในบันทึกของนักเดินทางชาวฝรั่งเศส อ็องรี มูโฮต์ (Henri Mouhot) ผู้ซึ่งเป็นทั้งนักธรรมชาติวิทยา นักสำรวจ และนักโบราณคดี ที่เข้ามาสู่สยามในช่วงปี พ.ศ. 2401-2404

“ข้าพเจ้ายืนอยู่ตรงปากประตูสู่รกรก นี่คือน่านที่คนลาวและสยามกล่าวขวัญถึงป่าดงดิบแห่งนี้ สรรพสัตว์อันชวนพิศวงจากอาณาจักรแห่งความตายกำลังหลับใหลอยู่ใต้เงาไม้อันหนาที่บซึ่งปรากฏร่องรอยเศษซากกระดูกของนักเดินทางผู้ล่าสัตว์...”

ยามเที่ยงคืนที่ผืนป่าหยุดพัก ท่ามกลางความสงบเงียบแห่งธรรมชาติหน้าร้อนอันทรงพลัง มีความใหญ่ยิ่งอันมีอาจพรรณนาประทับรับรู้ตัวข้าพเจ้าอย่างลึกซึ้ง ผืนฟ้าสงบสงัด อากาศเย็นฉ่ำ แสงจันทร์นวลทอดลอดหว่างกิ่งก้านและใบพญากา ส่องสว่างแต้มผืนดินตรงนั้นตรงนี้ ราวกับโคมไฟระย้าแสงวิบวับยามต้องลม แม้ลมที่พัดไหวก็มีอาจทำให้ไม่ยินต้นส่งเสียง ไม่มีอันใดอาจกล้ำกรายความเงียบสงัดนี้ เว้นแต่เสียงใบไม้แห้งที่ร่วงหล่นจากกิ่งสู่กิ่งเพียงบางเบา กระซิบของน้ำในลำธารที่ไหลผ่านผืนกรวดหินได้ผ่าเท้าข้าพเจ้า และเสียงกบเขียดตัวเล็กตัวน้อยร้องขานกันอยู่แต่ไกล ๆ แหบโหยดุจเช่นเสียงเห่าเหบ ๆ ของสุนัข

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประเดี๋ยวก็นึกกลางคืนตัวน้อย ๆ พร้อมฝูงค้างคาวขยับปีกบินเข้ามาใกล้ ๆ จ้องมองเปลวไฟจากแสงคบได้ที่ผูกติดอยู่กับกิ่งไม้ต้นที่ข้าพเจ้าผิงหนังสือไว้นาน ๆ ครั้ง จึงได้ยินเสียงร้องของแม่เสื้อดาวที่เพรียกหาคู่ดังมาเดี่ยวใกล้เดี่ยวไกล ตามด้วยเสียงฮัมฮ่ำเพราะถูกกวนใจของฝูงลิงที่พากันอยู่บนยอดไม้” (อึ้งริ มูโอด, 2558)

ช่วงเวลาที่บันทึกนี้ห่างจากปัจจุบันราว 150 กว่าปี จะเห็นได้ว่า ดงพญาเย็นในนามของดงพญาไฟในสมัยนั้นเป็นป่าที่เต็มไปด้วยสัตว์ป่านานาพันธุ์ รวมทั้งใช้ป่าด้วย ผืนป่าดังกล่าวจึงเป็นเสมือนพื้นที่ลึกลับที่ไม่รู้ว่าจะเป็นเส้นทางเกวียนของชาวบ้าน หรือแม้แต่เส้นทางเดินทางทัพก็มักจะหลีกเลี่ยงไม่ตัดข้ามเข้าไปในผืนป่าดงพญาเย็นโดยเด็ดขาด

อย่างไรก็ตามเมื่อครั้งพระบาทสมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัว โปรดฯ ให้สร้างพระบรมราชวังสัทธานที่บริเวณอำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี ซึ่งอยู่บริเวณชายขอบของผืนป่าดงพญาไฟ พระองค์ได้กราบบังคมทูลล้นเกล้ารัชกาลที่ 4 ขอให้เปลี่ยนการเรียกชื่อดงพญาไฟเป็นดงพญาเย็น ดังปรากฏหลักฐานการบันทึกถึงเรื่องราวดังกล่าวในพระนิพนธ์ เรื่อง “เที่ยวตามทางรถไฟ” ของสมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ความว่า

“...เมื่อรัชกาลที่ 4 พระบาทสมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จขึ้นไปเมืองนครราชสีมาทางดงพระยาไฟนี้ กล่าวกันมาว่าพระบาทสมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระราชดำริว่าดงพระยาไฟเป็นดงเย็น ไม่ควรเรียกว่าพระยาไฟให้คนครั่นคร้าม จึงกราบทูลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวขอเปลี่ยนนามให้เรียกเสียดงพระยาเย็น แต่นั้นจึงมักเรียกว่าดงพระยาเย็น แต่คนทั้งหลายโดยมากยังคงเรียกว่าดงพระยาไฟอยู่ตามเดิมจนบัดนี้...” (ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระบรมราชินีนาถ, ม.ป.ป.)

ผืนป่าดงพญาไฟที่เปลี่ยนชื่อเป็นดงพญาเย็นยังคงเป็นพื้นที่ป่าที่ลึกลับและเต็มไปด้วยภัยอันตราย จนกระทั่งมีการตัดทางรถไฟผ่านพื้นที่ป่าดงพญาไฟ ดังปรากฏใน เรื่อง ประพาสดงพญาไฟ ความว่า

“...บริษัทที่รับเหมาก่อสร้างกิจการเรื่อยมาตามปกติ จากกรุงเทพฯ อยุธยา สระบุรี ผ่านพื้นที่ราบขึ้นไปจนถึงภูเขาดงพญาไฟ (หรือดงพญาภัย) ใน พ.ศ. 2438 มีการเจ็บป่วยเป็นไข้ชุกชุม คนงานส่วนมากเป็นจีนชาวกวานตุง และชาวอีสานที่มารับจ้างทำงานขุดดิน พูนทาง และระเบิดภูเขาต่างเจ็บป่วยล้มตายเป็นอันมาก แม้แต่วิศวกรเดนมาร์ก ที่มาคุมงานตอนหนึ่งชื่อ นายราเบค ก็ตายไป 1 คน ศพยังได้ฝังไว้ที่หน้าสถานีมากเหลือกราบเท่าทุกวันนี้...” (ประยูร ลิทธิพันธ์, 2552)

การตัดทางรถไฟผ่านผืนป่าดงพญาเย็น และในเวลาต่อมา มีการตัดถนนสุรนารายณ์ (ทางหลวงหมายเลข 205) และถนนมิตรภาพ (ทางหลวงหมายเลข 2) โดยความช่วยเหลือของหน่วยงานบริหารความช่วยเหลือของสหรัฐอเมริกาในประเทศไทย (The United States Operations Mission to Thailand: USOM) ทำให้ความเจริญเริ่มกระจายเข้าสู่ผืนป่าดงพญาเย็น เหลือผืนป่าที่ถูกประกาศเป็นพื้นที่อนุรักษ์ ดังนี้

- อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อปี พ.ศ. 2505 ครอบคลุมพื้นที่ ประมาณ 2,206 ตารางกิโลเมตร เป็นอุทยานแห่งชาติแห่งแรกของประเทศไทย (อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่, ม.ป.ป.)

- อุทยานแห่งชาติทับลาน ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อปี พ.ศ. 2524 ครอบคลุมพื้นที่ ประมาณ 2,235 ตารางกิโลเมตร เป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 39 ของประเทศ (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2567)

- อุทยานแห่งชาติปางสีดา ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อปี พ.ศ. 2525 ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 844 ตารางกิโลเมตร เป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 41 ของประเทศไทย (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2566)

- อุทยานแห่งชาติตาพระยา ประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติ เมื่อปี พ.ศ. 2539 ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 594 ตารางกิโลเมตร เป็นอุทยานแห่งชาติลำดับที่ 82 ของประเทศไทย (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2564)

- เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่ ประกาศเป็นเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เมื่อปี พ.ศ. 2539 ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 313 ตารางกิโลเมตร (สำนักอนุรักษ์สัตว์ป่า, ม.ป.ป.)

ปัจจุบันกลุ่มป่าดงพญาเย็นจึงมีพื้นที่ป่าที่ได้รับการประกาศเป็นพื้นที่อนุรักษ์ทั้งสิ้นราว 6,192 ตารางกิโลเมตร

การเปลี่ยนแปลงพื้นที่อุทยานแห่งชาติทับลาน

หากมองเฉพาะพื้นที่อุทยานแห่งชาติทับลาน จะพบว่า สภาพพื้นที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา โดยในปี พ.ศ. 2506 มีการประกาศเขตป่าไม้ถาวร ตามมาด้วยการประกาศเขตป่าสงวนแห่งชาติป่าวังน้ำเขียวและป่าครบุรี ในช่วงปี พ.ศ. 2509-2516 (การุณย์ พิมพ์สังกุล, 2566) แต่ในช่วงปี พ.ศ. 2516-2517 พื้นที่ป่าวังน้ำเขียว ป่าแก่งดินสอ และป่าเขาสะโตน ได้กลายเป็นป่าสงวนเสื่อมสภาพจากการสัมปทาน เป็นเหตุให้เมื่อเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบจากพรรคคอมมิวนิสต์ จึงได้มีการอพยพชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบมาตั้งบ้านเรือนในบริเวณหลักกิโลเมตรที่ 75-80 ซึ่งเป็นบริเวณป่าสงวนเสื่อมสภาพดังกล่าว ในนามของหมู่บ้านไทยสามัคคี (ไทยโพสต์, 2567)

ในขณะเดียวกันทางกรมป่าไม้ได้มีการสำรวจป่าลานในบริเวณบ้านทับลาน บ้านขุนศรี บ้านบุพราหมณ์ และบ้านวังมิด ซึ่งอยู่ลึกเข้าไปจากพื้นที่ที่กล่าวถึงข้างต้น เพื่ออนุรักษ์ป่าลานผืนสุดท้ายไว้ในลักษณะของวนอุทยาน โดยมีการสำรวจรังวัดแนวเขตในปี พ.ศ. 2518 และเสร็จสิ้นโดยมีหัวหน้าวนอุทยานทับลานในปี พ.ศ. 2520 (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2567)

ระหว่างนั้นเพื่อให้ราษฎรที่อพยพเข้ามาตั้งเป็นหมู่บ้านไทยสามัคคีสามารถดำรงชีวิตโดยทำเกษตรในพื้นที่ดังกล่าวได้ จึงได้มีการประกาศเขตปฏิรูปที่ดินจังหวัดปราจีนบุรี ในปี พ.ศ. 2520 และปี พ.ศ. 2521 ประกาศเขตปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรมจังหวัดนครราชสีมาในลักษณะครอบคลุมทั้งเขตอำเภอ แต่ในทางปฏิบัติไม่สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากพระราชบัญญัติปฏิรูปที่ดิน พ.ศ. 2518 ไม่ได้มีบทบัญญัติให้นำที่ดินในเขตป่าสงวนแห่งชาติไปดำเนินการได้ (มูลนิธิสืบนาคะเสถียร, 2567)

ในส่วนของวนอุทยานทับลาน ในปี พ.ศ. 2523 กองอุทยานแห่งชาติ กรมป่าไม้ ได้ให้วนอุทยานทับลานสำรวจพื้นที่โดยรอบ เพื่อผนวกพื้นที่บริเวณใกล้เคียงเพิ่มเติมสำหรับการยกระดับจากวนอุทยานเป็นอุทยานแห่งชาติรวมถึงปี พ.ศ. 2524 ได้มีการประกาศพระราชกฤษฎีกากำหนดเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติทับลานที่มีพื้นที่บางส่วนทับซ้อนในพื้นที่หมู่บ้านไทยสามัคคี และในปี พ.ศ. 2525 ทางกองทัพอากาศที่ 2 ได้ดำเนินโครงการพัฒนาพื้นที่เพื่อความมั่นคงในพื้นที่ (พมพ.) ซึ่งเป็นพื้นที่ภายใต้อิทธิพลของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทยโดยมีพื้นที่บางส่วนอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติทับลานด้วย (สำนักอุทยานแห่งชาติ, 2567)

ทับลานในฐานะส่วนหนึ่งของแหล่งมรดกโลกกลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

หากมองย้อนกลับไปในส่วนของความพยายามในการขึ้นทะเบียนแหล่งมรดกโลก จะพบว่าในปี พ.ศ. 2533 ประเทศไทยได้นำเสนอแหล่งมรดกทางธรรมชาติ 3 แห่ง เพื่อขอรับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติตะรุเตา และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง ซึ่งผลปรากฏว่ามีเพียงเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้งเท่านั้นที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก ส่วนอุทยานแห่งชาติทั้งสองแห่งไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกด้วยเหตุผลในเรื่องของขนาดพื้นที่ซึ่งเล็กลงเกินไป และการจัดการตลอดจนนโยบายในการอนุรักษ์ที่ยังไม่แน่นอน

ในปี พ.ศ. 2548 ประเทศไทยจึงได้ดำเนินการขอขึ้นทะเบียนแหล่งธรรมชาติดังกล่าวอีกครั้ง โดยผนวกพื้นที่อุทยานแห่งชาติและเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าที่อยู่ใกล้เคียงในลักษณะของ กลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ซึ่งครั้งนี้แหล่งธรรมชาติแห่งนี้ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกตามเกณฑ์คุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล (Outstanding Universal Value: OUV) ข้อที่ 10 ในการเป็นถิ่นที่อยู่อาศัยที่มีความสำคัญสูงสุดสำหรับการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในถิ่นกำเนิด ซึ่งรวมไปถึงถิ่นที่อาศัยของชนิดพันธุ์พืชและ/หรือชนิดพันธุ์สัตว์ ที่มีคุณค่าโดดเด่น เชิงวิทยาศาสตร์ หรือเชิงอนุรักษ์ในระดับโลก

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ลำพังเพียงอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ก็ยังไม่คุณสมบัติเข้าตามเกณฑ์ที่จะเป็นแหล่งมรดกโลกได้ หากแต่กลุ่มป่าดงพญาเย็นที่ประกอบไปด้วยอุทยานแห่งชาติทั้ง 4 แห่ง กับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าอีกหนึ่งแห่งเท่านั้นที่ทำให้พื้นที่โดยรวมมีคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลครบถ้วนตามเกณฑ์ที่จะได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลกได้

ข้อห่วงกังวลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงแนวเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน

รายงานการประเมินขององค์การระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (International Union for Conservation of Nature: IUCN) ซึ่งทำหน้าที่องค์กรที่ปรึกษาของคณะกรรมการมรดกโลก ในการสำรวจข้อมูลประกอบการนำเสนอแหล่งธรรมชาติเป็นแหล่งมรดกโลก (World Heritage Nomination-IUCN Technical Evaluation Dong Phrayayen-Khao Yai Forest Complex (THAILAND) ID N° 590 Rev) ได้กล่าวถึงเรื่องของขอบเขตของพื้นที่แนวกันชนบริเวณอุทยานแห่งชาติทับลานไว้ว่า

“...ในบางพื้นที่ที่มีการบุกรุกและการเปลี่ยนแปลงเป็นพื้นที่เกษตรกรรมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในตอนเหนือ และตะวันตกเฉียงเหนือของอุทยานแห่งชาติห้วยขาแข้งซึ่งไม่มีขอบเขตพื้นที่กันชน (Buffer Zone) ที่ชัดเจน ทำให้การใช้ที่ดินในกิจกรรมอื่น ๆ ประชิดกับพื้นที่คุ้มครองโดยตรง ยกเว้นเพียงด้านทิศเหนือที่ติดกับพื้นที่สงวนชีวมณฑลสะแกราชที่บริหารจัดการโดยกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำให้พื้นที่ห้วยขาแข้งชัดเจนขึ้น ซึ่งรัฐบาลได้ยอมรับในเรื่องนี้แล้ว และมีข้อมูลเพิ่มเติมว่ารัฐบาลมีความมุ่งมั่นที่จะปรับขอบเขตภายในปี พ.ศ. 2550 โดยกันแนวเขตที่ดินที่มีคนอยู่อาศัย และพื้นที่เสื่อมโทรมจำนวน 437.73 ตารางกิโลเมตรออก และเพิ่มพื้นที่ป่าอนุรักษ์ 176.27 ตารางกิโลเมตรให้กับอุทยานแห่งชาติห้วยขาแข้ง ซึ่งการฟื้นฟูพื้นที่ป่ามีความสำเร็จมาแล้วที่เขาแผงม้าทางด้านตะวันออกเฉียงเหนือของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ที่ดำเนินการโดย WWF ประเทศไทย ตัวอย่างที่ดีเยี่ยมของความสำเร็จในการฟื้นฟูป่าธรรมชาตินี้ ควรนำมาใช้กับพื้นที่กันชนดังกล่าวต่อไป...” (IUCN, 2005)

เอกสารข้างต้นได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ประเทศไทยจะดำเนินการปรับแนวเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติห้วยขาแข้งให้เรียบร้อยภายในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งปัจจุบันผ่านมาแล้ว 17 ปี การดำเนินการก็ยังไม่เสร็จสิ้น และประเด็นสำคัญ คือ แผนที่ One Map 1:4,000 ที่จะนำมาใช้ในการปรับปรุงแนวเขตจะทำให้พื้นที่อุทยานแห่งชาติห้วยขาแข้งลดลงราว 265,286 ไร่ หรือประมาณ 424.46 ตารางกิโลเมตร ซึ่งแม้จะน้อยกว่าที่ IUCN ประเมินไว้ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่แผนที่ One Map ไม่ปรากฏข้อมูลการเพิ่มพื้นที่ป่าอนุรักษ์ จึงเท่ากับสูญเสียพื้นที่อนุรักษ์ไปมากกว่าที่ปรากฏข้อมูลตามที่ IUCN นำเสนอ

นอกจากนี้ภายในขอบเขตพื้นที่แหล่งมรดกโลกกลุ่มป่าดงพญาเย็นเขาใหญ่ ทุกพื้นที่ล้วนมีความสำคัญเท่ากันทั้งหมด การปรับลดแนวเขตพื้นที่ของแหล่งมรดกฯ จะต้องไม่กระทบต่อคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลของแหล่ง แม้ว่าในปัจจุบันสภาพพื้นที่ดังกล่าวจะไม่มีสภาพเป็นพื้นที่ป่า แต่ก็มีความสำคัญในฐานะของการเป็นพื้นที่แนวกันชนที่จะปกป้องคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลของพื้นที่หลัก ในเอกสารของ IUCN จึงมีประเด็นหลักในเรื่องของการฟื้นฟูสภาพป่าให้กลับมาเป็นพื้นที่แนวกันชนที่สมบูรณ์ต่อไปด้วย

การเปลี่ยนแปลงแนวเขตอุทยานแห่งชาติห้วยขาแข้งมีผลกระทบต่อสัตว์ป่า

ในธรรมชาติการอยู่อาศัยของสัตว์ป่าจะมีถิ่นที่อยู่อาศัย (Habitat) ซึ่งหลายชนิดใช้พื้นที่ในการดำรงชีพค่อนข้างกว้าง การทำให้เกิดการแตกกระจายของผืนป่า (Forest Fragmentation) นอกจากจะทำให้สูญเสียถิ่นที่อยู่อาศัย (Habitat Loss) โดยตรงแล้ว ยังทำให้สิ่งมีชีวิตมีอัตราเสี่ยงต่อการสูญพันธุ์เร็วขึ้นด้วย เพราะการไม่สามารถเคลื่อนย้ายประชากรได้อย่างอิสระจะทำให้เกิดการผสมเลือดชิด (Inbreeding) ทำให้ประชากรสัตว์ป่ามีพันธุกรรมที่อ่อนแอเป็นเหตุให้ลดจำนวนลงในที่สุด (นันทชัย พงศ์พัฒนานุรักษ์ และประทีป ดวงแค, 2553)

ดังนั้นการเร่งฟื้นฟูและสร้างทางเชื่อมต่อสำหรับสัตว์ป่าจึงเป็นเรื่องสำคัญ การกันพื้นที่ที่แม้จะเป็นพื้นที่ชุมชนออกย่อมรบกวนถิ่นที่อยู่อาศัยและเส้นทางเดินของสัตว์ป่า นอกจากนี้การปราศจากพื้นที่ป่า

ที่เป็นแนวกันชน ยังเป็นการทำให้เกิดอันตรายแก่สัตว์ป่าทั้งจากการล่า และจากกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้นด้วย

การเปลี่ยนแปลงพื้นที่ที่มีผลต่อคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากล

คุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลของแหล่งมรดกโลกกลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่นั้น คือ การเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์มากกว่า 800 ชนิด รวมถึงสัตว์เลื้อยคลานด้วยนม 112 ชนิด นก 392 ชนิด และสัตว์เลื้อยคลาน และสัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ 200 ชนิด โดยเฉพาะชนิดที่มีความสำคัญต่อความหลากหลายทางชีวภาพในระดับนานาชาติที่มีสัตว์ที่อยู่ในสถานภาพมีความเสี่ยงขั้นวิกฤตต่อการสูญพันธุ์ (Critically Endangered) จำนวน 1 ชนิด สัตว์ที่อยู่ในสถานภาพใกล้สูญพันธุ์ (Endangered) จำนวน 4 ชนิด และสัตว์ที่อยู่ในสถานภาพเกือบอยู่ในข่ายใกล้สูญพันธุ์ (Vulnerable) จำนวน 19 ชนิด (The Royal Thai Government, 2005)

การกั้นแนวเขตพื้นที่ออกจากเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน แม้ว่าพื้นที่ดังกล่าวจะไม่ได้มีสภาพเป็นพื้นที่ป่า แต่ก็อาจปฏิเสธได้ว่าพื้นที่เหล่านั้นอาจมีบางส่วนที่เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าชนิดพันธุ์ที่สำคัญซึ่งเป็นคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลของแหล่ง เพราะถิ่นที่อยู่อาศัยย่อมหมายถึงเส้นทางการเดินทางของสัตว์ป่าในการไปยังแหล่งอาหาร แหล่งน้ำ แหล่งผสมพันธุ์ แหล่งเลี้ยงดูสัตว์วัยอ่อน ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องในการดำรงชีวิต นอกจากนี้พื้นที่ที่กั้นออกแม้จะมีได้เป็นถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า แต่ก็อยู่ในสถานะของการเป็นพื้นที่แนวกันชนที่จะปกป้องชนิดพันธุ์สำคัญเหล่านั้นจากอันตรายต่าง ๆ ที่เกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ด้วย การเปลี่ยนแปลงพื้นที่แนวเขตอุทยานแห่งชาติทับลานจึงมีผลกระทบต่อคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลของแหล่งมรดกโลกแห่งนี้อย่างหลีกเลี่ยงมิได้

ความเข้าใจเรื่องป่าเสื่อมโทรม

ป่าเสื่อมโทรมมักเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกมาอธิบายเมื่อจะมีการเปลี่ยนสภาพพื้นที่ป่าอนุรักษ์ไปเป็นพื้นที่ประกอบกิจกรรมอื่น ๆ เสมอ แต่ในความเป็นจริงแล้วพื้นที่ใด ๆ ก็ตามเมื่อปล่อยทิ้งไว้จะเกิดการทดแทนทางนิเวศวิทยา (Ecological Succession) เสมอ พื้นที่เหล่านี้จะค่อย ๆ มีสภาพกลับไปเป็นป่าสมบูรณ์ได้ ดังที่ IUCN ได้กล่าวถึงเขาแผงม้าไว้ในรายงานการประเมินแหล่งมรดกโลกกลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ตามที่ได้กล่าวถึงแล้วข้างต้น

เขาแผงม้าแต่เดิมเป็นป่าผืนใหญ่ก่อนจะถูกบุกรุก ซึ่งมูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชได้เข้ามาบริหารจัดการพื้นที่ โดยขอใช้พื้นที่จากกรมป่าไม้ในการดำเนินโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ทรงครองราชย์ครบ 50 ปี จึงมีการปลูกป่าบางส่วนและบางส่วนปล่อยให้พื้นที่ฟื้นตัวโดยกระบวนการทดแทนทางนิเวศวิทยา ซึ่งจากการดำเนินการพบว่าพื้นที่ที่ถูกบุกรุกจะถูกปกคลุมด้วยหญ้าคา แล้วค่อย ๆ กลายเป็นป่าต้นสาบเสือ และมีต้นกล้วยป่าซึ่งเป็นไม้เบิกนำ (Pioneer Species) เกิดตามมา ซึ่งกล้วยป่านอกจากจะเป็นอาหารของสัตว์ป่าแล้ว ยังช่วยกักเก็บน้ำตามที่ลาดเชิงเขาได้ดีอีกด้วย (วันชัย ดันติวิทยพิทักษ์, 2545)

ปัจจุบันจากป่าเสื่อมโทรม เขาแผงม้ากลับมามีความอุดมสมบูรณ์มีสัตว์ป่ากลับเข้ามาหากิน และอยู่อาศัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเขาแผงม้ากลายเป็นแหล่งที่พบเห็นกระทิงป่าได้ง่าย ทำให้ในบริเวณจุดสกัด เขาสูงกลายเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมมาชมฝูงกระทิง และในท้ายที่สุดเมื่อมีการส่งมอบพื้นที่ป่าคืนให้กับทางราชการแล้ว เขาแผงม้าได้รับการประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาแผงม้าในปี พ.ศ. 2554 (ส่วนจัดการอนุรักษ์สัตว์ป่า, ม.ป.ป.)

ดังนั้นเขาแผงม้าจึงเป็นตัวอย่างอันดีของการฟื้นฟูพื้นที่ป่าที่ถูกทำลาย และเป็นประจักษ์พยานอันชัดเจนว่า พื้นที่ป่าเสื่อมโทรมที่แท้ที่จริงแล้วไม่มี ในทางกลับกันพื้นที่ใด ๆ สามารถกลับคืนสภาพเป็นป่าที่อุดมสมบูรณ์ได้ทั้งสิ้นเมื่อปล่อยให้เกิดกระบวนการทดแทนทางนิเวศวิทยาตามธรรมชาติ

ทางเลือกและแนวทางแก้ไข

ในส่วนนี้เพื่อมิให้กระทบกับสถานภาพของแหล่งมรดกโลก รัฐควรยึดแนวทางตามที่ได้เคยนำเสนอไว้ในเอกสารนำเสนอเพื่อขอขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก (Nomination Dossier) และตามที่ปรากฏในรายงานของ IUCN ที่ให้กันแนวเขตที่ดินที่มีคนอยู่อาศัย และพื้นที่เสื่อมโทรมไม่เกิน 437.73 ตารางกิโลเมตร และเพิ่มพื้นที่ป่าอนุรักษ์ให้มากกว่าหรือเท่ากับ 176.27 ตารางกิโลเมตร ซึ่งรัฐควรศึกษาในรายละเอียดถึงผู้ครอบครองที่ดินในปัจจุบันว่าเป็นการครอบครองในลักษณะใด หากเป็นราษฎรที่อพยพเข้ามาเนื่องจากเหตุการณ์ความไม่สงบจากพรรคคอมมิวนิสต์ในปี พ.ศ. 2516-2517 และราษฎรที่อยู่อาศัยตามโครงการพัฒนาพื้นที่เพื่อความมั่นคงในพื้นที่ (พมพ.) ในปี พ.ศ. 2525 รัฐอาจต้องกันพื้นที่เหล่านี้ออกจากแนวเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน ส่วนผู้ครอบครองอื่นควรต้องมีการบวนการในการขอคืนพื้นที่เพื่อฟื้นฟูให้กลับคืนเป็นป่าสมบูรณ์ดังเดิม

อย่างไรก็ตามหากพื้นที่ที่ต้องกันออกจากแนวเขตอุทยานแห่งชาติทับลานมีมากกว่า 437.73 ตารางกิโลเมตร รัฐควรใช้มาตรการในการเวนคืนที่ดินเหมือนกับการเวนคืนที่ดินในกิจการอื่นของรัฐ อาทิ การเวนคืนที่ดินของราษฎรที่อาศัยในบริเวณอ่างเก็บน้ำเมื่อจะมีการสร้างเขื่อน เป็นต้น รวมทั้งควรมีการเวนคืนพื้นที่บางส่วนเพื่อผนวกเป็นแนวเชื่อมต่อผืนป่า ซึ่งจะต้องมีการศึกษาวิจัยในเรื่องดังกล่าวประกอบเพื่อความชัดเจนด้วย ทั้งนี้หากมีความจำเป็นต้องกันพื้นที่ออกจากแนวเขตมากกว่าที่เคยนำเสนอในเอกสารนำเสนอเพื่อขอขึ้นทะเบียนเป็นแหล่งมรดกโลก รัฐต้องดำเนินการศึกษาวิจัยว่าพื้นที่ซึ่งถูกกันออกจากแนวเขตอุทยานฯ เหล่านั้นจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลหรือกระทบต่อความสามารถในการปกป้องคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลหรือไม่ โดยอาจทำในรูปแบบรายงานการประเมินผลกระทบต่อแหล่งมรดก (Heritage Impact Assessment: HIA) เพื่อเป็นการยืนยันว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งยวดที่ต้องกันพื้นที่ออกจากแนวเขตอุทยานแห่งชาติทับลานมากกว่าที่เคยนำเสนอ และมีการศึกษาเป็นอย่างดีแล้วว่าการกันแนวเขตดังกล่าวจะไม่ส่งผลกระทบต่อคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลของแหล่ง

นอกจากนี้สิ่งหนึ่งที่ต้องดำเนินการ คือ การปรับวิธีคิดของเจ้าหน้าที่รัฐในการจัดการทรัพยากรร่วมกันกับชุมชน แทนที่จะมุ่งตรวจสอบและจับกุมประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ทับซ้อน เรื่องนี้

เป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้เกิดความสงบราบรื่น และประชาชนในพื้นที่จะรู้สึกได้ถึงความมั่นคงโดยไม่ต้องเกี่ยวข้องกับกรอกเอกสารสิทธิใด ๆ (โรจน์ คุณเอนก, 2567) ในขณะเดียวกันชุมชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ดังกล่าวจะต้องคำนึงถึงการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ การดำเนินชีวิตจะต้องเป็นไปอย่างสอดคล้องกลมกลืนไปกับการปกป้องรักษาคุณค่าของพื้นที่โดยรวม ที่หมายความว่ากิจกรรมต่าง ๆ ในการดำรงชีวิตจะต้องไม่ขัดหรือแย้งกับการอนุรักษ์พื้นที่ป่า เป็นการตอบสนองที่สมดุลระหว่างการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน

บทสรุป

พื้นที่ป่าดงพญาเย็นในปัจจุบัน เคยเป็นป่าดงดิบผืนใหญ่ในนามของป่าดงพญาไฟ มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งพรรณไม้ สัตว์ป่า และระบบนิเวศ ซึ่งปรากฏหลักฐานอย่างชัดเจนในเอกสารหลายฉบับ หากแต่การพัฒนาเส้นทางคมนาคม และการให้สัมปทานป่าไม้ทำให้พื้นที่ป่าเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยเฉพาะการที่รัฐอพยพราษฎรเข้ามาอยู่อาศัยในพื้นที่ป่าเสื่อมโทรม ทำให้การประกาศเขตอุทยานแห่งชาติทับลานในปี พ.ศ. 2524 จึงมีบางส่วนทับซ้อนกับพื้นที่ชุมชนดังกล่าว

ต่อมาเมื่อมีการนำเสนอแหล่งมรดกกลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่เป็นแหล่งมรดกโลก ในเอกสารการนำเสนอจึงปรากฏข้อมูลการปรับแนวเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติทับลานโดยจะมีพื้นที่ที่ถูกกันออก 437.73 ตารางกิโลเมตร และเพื่อประโยชน์ในการรักษาคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลของแหล่งจะต้องมีการเชื่อมผืนป่าทำให้เกิดพื้นที่แหล่งมรดกเพิ่มขึ้นอีก 176.27 ตารางกิโลเมตร ซึ่งข้อเสนอดังกล่าวจะต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นในปี พ.ศ. 2550 แต่จนปัจจุบันการดำเนินการดังกล่าวก็ยังไม่เสร็จสิ้น

อย่างไรก็ตามการปรับลดพื้นที่อุทยานแห่งชาติทับลานโดยไม่มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบต่อสัตว์ป่าเป็นพื้นฐาน ย่อมกระทบต่อคุณค่าโดดเด่นอันเป็นสากลของแหล่งอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ การปรับแนวเขตอุทยานแห่งชาติทับลานจึงควรอยู่บนพื้นฐานของประโยชน์สูงสุดของแหล่งมรดก มากกว่าการเป็นแนวเขตที่ทุกฝ่ายยอมรับ ซึ่งมาตรการที่จำเป็นเพื่อให้การปรับแนวเขตครั้งนี้เกิดประโยชน์สูงสุดจึงควรมีการศึกษาอย่างละเอียดถึงเรื่องของถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่าเพื่อดำเนินการเชื่อมต่อผืนป่าโดยอาจเวนคืนพื้นที่ในกรณีที่มีราษฎรได้รับผลกระทบจากการดำเนินการดังกล่าว การปรับวิธีคิดของเจ้าหน้าที่รัฐ และประชาชนให้สามารถเป็นไปได้อย่างกลมกลืนในการรักษาคุณค่าของพื้นที่ที่สอดคล้องกับการดำรงชีวิต

ในท้ายที่สุดรัฐควรต้องคำนึงว่าบัดนี้อุทยานแห่งชาติทับลานเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญเท่า ๆ กันของแหล่งมรดกกลุ่มป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่

เอกสารอ้างอิง/References

ประยูทธ สิทธิพันธ์. (2552). *ประวัติศาสตร์ประพาสต้นของพระพุทธเจ้าหลวง (ฉบับสมบูรณ์)*.

กรุงเทพมหานคร: สร้างสรรค์บุ๊คส์.

อ็องรี มูโอดต์. (2558). *บันทึกการเดินทางของอ็องรี มูโอดต์ ในราชอาณาจักรสยาม กัมพูชา ลาว และอินโดจีน ตอนกลางส่วนอื่น ๆ [Voyage dans les royaumes de Siam, de Cambodge, de Laos et*

- autres parties centrales de l'Indo-chine, par feu Henri Mouhot, naturaliste français 1858-1861-Texte et dessins inédits*] (กรณีการ จรรยาแสง, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: มติชน. (ต้นฉบับ พิมพ์ปี 1865).
- การุณย์ พิมพ์สกุล. (2566). ปัญหาทางกฎหมายและนโยบายในการแก้ไขปัญหาการทับซ้อนกันของที่ดินของรัฐ ศึกษากรณีการทับซ้อนกันของที่ดินในเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สาขากฎหมายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). สืบค้น จาก https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2023/TU_2023_6301034515_17665_27642.pdf.
- ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระมหาสมณเจ้า. (ม.ป.ป.). *เที่ยวตามทางรถไฟ*. กรุงเทพฯ: ตีรณสาร ที่ระลึกงาน พระราชทานเพลิงศพ หลวงกำจรนิติสาร (30 เมษายน 2498). สืบค้นจาก <https://finearts.go.th/chonburilibrary/view/15105> -เที่ยวตามทางรถไฟ.
- นันทชัย พงศ์พัฒนานุรักษ์ และประทีป ด้วงแค. (2553). นิเวศวิทยาของการออกแบบแนวเชื่อมต่อสำหรับสัตว์ป่า: แนวคิดในเบื้องต้นสำหรับประเทศไทย. *Journal of Wildlife in Thailand*. 17(1), 1-25
สืบค้นจาก https://kukr.lib.ku.ac.th/db/BKN_FOR/search_detail/download_digital_file/35722/46483.
- IUCN. (2005). *World Heritage Nomination-IUCN Technical Evaluation Dongphrayayen-Khao Yai Forest Complex (Thailand) ID N°590 Rev.* N.P.: n.p. Retrieve from <https://whc.unesco.org/en/list/590/documents/>.
- The Royal Thai Government. (2005). *Submission for Nomination of the Dong Phrayayen-Khao Yai Forest Complex*. N.P.:n.p. Retrieve from <https://whc.unesco.org/uploads/nominations/590rev.pdf>.
- ไทยโพสต์. (2567). 'ลุงโชค' ย้อนยุคสงครามคอมมิวนิสต์ ถึงเขตป่าทับลาน ทับซ้อน 'หมู่บ้านไทยสามัคคี'. สืบค้นจาก <https://www.thaipost.net/x-cite-news/617803/>.
- มูลนิธิสืบนาคะเสถียร. (2567). *แถลงการณ์ สมาคมอุทยานแห่งชาติ กรณีการปรับปรุงแนวเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน*. สืบค้นจาก <https://www.seub.or.th/blogging/news/2024-238/>.
- โรจน์ คุณเอนก. (2567). *ถามตรง ตอบชัด เรื่องอุทยานแห่งชาติ ทับลาน*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/environment/1135766>.
- วันชัย ต้นติวทยาพิทักษ์. (2545). *การกลับมาของกระทิงแห่งเขาแผงม้า*. สืบค้นจาก https://www.sarakadee.com/feature/2002/02/phaeng_ma_mountain.htm.

ส่วนจัดการพื้นที่อนุรักษ์สัตว์ป่า. (ม.ป.ป.) *เขตห้ามล่าสัตว์ป่าเขาแมงมัว*. สืบค้นจาก

<https://portal.dnp.go.th/DNP/FileSystem/download?uuid=d989ac5c-e531-435f-8e2f-3df4b935eec7.pdf>.

สำนักอุทยานแห่งชาติ. (2567). *อช.ทับลาน*. สืบค้นจาก

<https://nps.dnp.go.th/parksdetail.php?id=127&name=อช.ทับลาน>.

สำนักอุทยานแห่งชาติ. (2566). *อช. ตาพระยา*. สืบค้นจาก

<https://nps.dnp.go.th/parksdetail.php?id=4&name=อช.ตาพระยา>.

สำนักอุทยานแห่งชาติ. (2564). *อช. ตาพระยา*. สืบค้นจาก <https://nps.dnp.go.th/parksdetail.php?id=2&name=อช.ตาพระยา>.

สำนักอนุรักษ์สัตว์ป่า. (ม.ป.ป.). *เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าดงใหญ่*. สืบค้นจาก

<https://portal.dnp.go.th/DNP/FileSystem/download?uuid=e6b3d31a-b9bc-4b8b-a26c-9404c4cd8197.pdf>.

อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. (ม.ป.ป.). *รู้จักอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่*. สืบค้นจาก

<https://www.khaoyainationalpark.com/about/get-to-know>.

Donation by the Family of Chamkad Balankura to the Pridi Banomyong Library, Thammasat University

Benjamin Ivry

Pajongruk Samcharoen

Thammasat University Library, Thammasat University

E-mail : ibenjamin@tu.ac.th

Date Received : 13 January 2024 Date Revised : 27 August 2024

Date Accepted : 27 August 2024 Date Published online : 27 September 2024

Abstract

After the death in 2017 at age 100 of Mrs. Chalobchalai Balankura, widow of Chamkad Balankura, the personal library of the eminent Free Thai (Seri Thai) activist Chamkad Balankura was donated by his family to the Thammasat University Library in Bangkok. Chamkad Balankura died in China in 1943 at age 28 as an envoy sent by Pridi Banomyong, the Thai Regent, for the Seri Thai movement. 958 volumes from his personal collection are now shelved in the Rare Books Room of the Pridi Banomyong Library, Thammasat University. Students and lecturers benefit from this varied collection of English, German, and French nonfiction and literature which in their entirety give an intellectual portrait of the ideas and cultural ideals that may have inspired Khun Chamkad's wartime efforts to liberate his homeland. The aim of this article is to make international researchers more aware of these resources that may potentially add to a general understanding of the intellectual motives and contexts of one of the distinguished protagonists of the Seri Thai movement. Future research on Chamkad Balankura and the Seri Thai movement might take into account this documentation now available for scholarly investigation at the Thammasat University Library.

Keywords : Seri Thai movement, Chamkad Balankura, Mrs. Chalob-chalai Balankura, Pridi Banomyong Library, Thammasat University.

Introduction

A generous gift of nonfiction and literature to a Thai university library commemorates a Seri Thai activist who gave his life for the freedom of his homeland.

Chamkad Balankura (1915–1943), a graduate of Bromsgrove School, a boarding and day educational institution in the Worcestershire town of Bromsgrove, England, and Balliol College, the University of Oxford, is remembered for his activism in the Seri Thai (Free Thai) movement during World War II. (Stowe, 1991; Aldrich, 2000; Reynolds, 2010; Bulsathaporn, 2014)

After the death in 2017 at age 100 of Mrs. Chalobchalai Balankura, widow of Chamkad Balankura, the personal library of Khun Chamkad was donated by his family to the Thammasat University Library in Bangkok. Since the collection does not include other informational resources such as documents, letters, or journal articles, the books must speak for themselves.

By the end of 2024, it is planned to enter the books in this collection into the library system, which uses Library of Congress classification as a local classification system.

To retrieve information from the collection, users are invited to contact the librarian at the Rare Books Collection of the Pridi Banomyong Library, Thammasat University, Tha Prachan campus. Presently, no information related to Mr. Chamkad Balankura has as yet been recorded in the system, but by the end of 2024, it is expected that such material, currently in the planning stages, should be made available.

A tragically abbreviated, but heroic, life

Khun Chamkad died in China in 1943 at age 28 as an envoy for the Seri Thai movement sent by Pridi Banomyong, the Thai Regent. 958 volumes from his collection are now shelved in the Rare Books Room of the Pridi Banomyong Library, Thammasat University.

Students and lecturers have access to this varied collection of English, German, and French nonfiction and literature which in their entirety give an intellectual portrait of the ideas and cultural ideals that may have inspired Khun Chamkad's wartime efforts to liberate his homeland. International researchers should find them useful for adding to a general understanding of the intellectual motives and contexts of one of the distinguished protagonists of the Seri Thai movement.

There was a tradition of Siamese students enrolling at Balliol College since 1871, (Sander, 2016) so during his undergraduate years, Chamkad Balankura was part of a time-honored, well-established, intellectually active group. In 1936, as spokesperson for a Young Siam association, Khun Chamkad sent birthday greetings to the Nobel Prizewinning Indian poet Rabindranath Tagore. The efforts at social reform by Tagore suggest that for Khun Chamkad, literature was not dissociated from political science or sociology.

Tagore had visited Siam in 1927, hoping to establish educational exchange (Charoenpong, 2016) in the form of a chair of Buddhist studies established at an Indian university. Similarly, Chamkad Balankura's reading during his university years and for the remainder of his life was emblematic of this sense of international transmission of knowledge and understanding.

After the Japanese invasion

In response to the Japanese invasion of Thailand on 8 December 1941, Khun Chamkad formed a resistance group, Ku Chat (Liberation), which soon merged with Seri Thai to become the "XO Group," for which he served as Secretary.

In 1943, Pridi Banomyong, as Regent and leader of the Free Thai movement, sent Khun Chamkad to China to contact the Allies and inform them about the Free Thai Movement in Thailand and its intention to cooperate with the Allies. Khun Chamkad's mission was to prepare the possibility of establishing a Free Thai base in India.

Khun Chamkad left Bangkok on 28 February 1943 and traveled to Nakhon Phanom, through Laos and Vietnam to Chongqing. The voyage took about three months, comprising travel by trains, automobiles, buses, mail boats, horseback, palanquin, punt, and airplane. He reached Chongqing on 21 April 1943 and remained there until his death, reportedly from stomach cancer, on 7 October 1943.

Although ailing through much of the trajectory, Khun Chamkad bravely persisted. He sought to communicate with the Allies on the operations of the Free Thai Movement and sent telegrams to MR Seni Pramoj in Washington, D.C. and to the British and US embassies in Chongqing, as well as to the Chinese authorities to meet Chiang Kai Shek.

Khun Chamkad's efforts were impeded by, among other things, a Chinese preference that the Free Thai movement be based in Chongqing, rather than in India. Nevertheless, Lt. Col. MC Prince Subhasvastiwongse Snith Svastivatana was sent from India to Chongqing by

the British to meet Khun Chamkad, at which point information about the movement led by Pridi Banomyong was conveyed to the Allied forces, who thereby became aware of underground operations occurring in Thailand, led by Pridi. This in turn led to the United Kingdom recognizing the Seri Thai movement in Thailand.

Reportedly, as the Prince became aware of Khun Chamkad's illness, he donated a diamond to help pay for cancer treatments, since the movement was self-funded, without external financial support. (Maleenont, 2018)

Through these events, a portrait emerges of an ardent, idealistic activist, braving ill-health to complete his mission to save Thailand from an oppressive occupant. To better understand his intellectual formation and motivations, historians may wish to consult the books from Khun Chamkad's personal library.

An activist's potential inspiration from books

Khun Chamkad assembled a collection of books in German and English, familiarizing himself with *Teutonic* culture as well as recent political developments. An early English translation of *Mein Kampf*, the notorious memoir of Nazi leader Adolf Hitler, offered insights into the Axis ambition to conquer the world, and why the Seri Thai movement immediately opposed the Japanese-German coalition. (Hitler, 1935) Khun Chamkad assembled documentation from historians of contemporary Europe such as Jürgen Kuczynski, Seton Watson, and Jon Evans. (Kuczynski, 1939; Seton-Watson, 1939; Evans, 1941)

Some of these titles were published in the influential Left Book Club, a group that exerted a strong left-wing influence in Great Britain starting in 1936. Established by Stafford Cripps, Victor Gollancz and John Strachey to revitalize and educate the British Left, the club's aim was to help in the struggle for world peace and against fascism. By the end of its first year, it had 40,000 members, and by 1939 there were 57,000 subscribers, among them Chamkad Balankura. It offered a monthly book choice, for sale to members only, as well as a newsletter that became a much-noticed political magazine. (Lewis, 1970)

In addition to these political and socioeconomic studies, Khun Chamkad also collected books by celebrated English essayists about the current situation and how a free Europe might be saved from the rapid and seemingly inexorable advance of Fascism. Such noted authors as Bertrand Russell, George Bernard Shaw, and Leonard Woolf were represented on his shelves. (Russell, 1936; Shaw, 1933; Woolf, 1939) By studying the

eloquence of these famed writers, Khun Chamkad may have hoped to hone his own verbal skills in English, to better persuade British authorities of the meaningful efforts of the Seri Thai movement in occupied Thailand.

He also paid heed to contemporary British writers such as Douglas Reed, a novelist and political commentator whose book *Insanity Fair* (1938) examined the state of Europe and the megalomania of Adolf Hitler before the Second World War, while also misleadingly denying the Nazi persecution of the Jews. (Reed, 1938)

While informing himself about current matters in Europe pertaining to Nazi Germany, Khun Chamkad also focused on a wide range of German intellectual accomplishments, including philosophy and the history of art. (Hamann, 1935) Writers such as Kant, Hegel, and Nietzsche were among those he favored. (Prichard, 1909; Hegel, 1928; Kant & Merser, 1930; Lindsay, 1934) Poetry too intrigued Khun Chamkad, and he owned a collected volume of the verse of Rilke. (Rilke, 1930)

These volumes helped heighten an understanding of German history, culture, and analytical approaches, while distinguishing between a great cultural past and the current social torment of Nazi Germany. This enduring understanding of the value of German contributions to human thought allowed for perspective at a time of historical torment. Notably, Khun Chamkad also acquired a copy of a book on ethics by the Baltic German philosopher Nicolai Hartmann, one of the most important representatives of German material value ethics. (Hartmann, 1935) Just when ethics and morality seemed imperiled, studying the statements on ethics by a German philosopher was especially timely.

Preparing the trip to China

Naturally, a studious and bookish intellectual like Khun Chamkad prefaced his voyage to China as the envoy of Pridi Banomyong by reading about the subject. By informing himself about the major personalities of China whom he hoped to meet during his mission as envoy, Khun Chamkad prepared himself for any eventual diplomatic encounters. His collection included a book about Chinese leader Chiang Kai Shek by Sven Anders Hedin, a Swedish geographer, topographer, and explorer. (Hedin, 1940) Although not a member of the Nazi party, Hedin looked to Nazi Germany to protect Scandinavia from invasion by the Soviet Union, thereby creating alliances that made him controversial among anti-Fascist Europeans. As in other books in this collection, Khun Chamkad was willing to consider a variety of

viewpoints, ranging from orthodox left-wing opinions, to those bordering on elements of Fascism, to acquire a panoramic view of current events.

He also paid attention to more popular writings, such as the book by Emily Hahn, a “New Yorker” journalist about the Soong sisters: Soong Ai-ling, Soong Ching-ling, and Soong Mei-ling. These three sisters from Wenchang city, Hainan Island of Hainan Province played a major role in influencing their husbands, leaders of Nationalist China: Sun Yat Sen, Chiang Kai-shek, and H. H. Kung. (Hahn, 1941) Soong Mei-ling, also known as Madame Chiang Kai-shek, became a political figure on the international scene, appearing three times on the cover of “Time Magazine” and on February 18, 1943, becoming the first Chinese national and the second woman to address both houses of the United States Congress.

The author Emily Hahn spent time with the Soong Sisters in Shanghai in the 1930s, raising her reportage to the level of eyewitness testimony. A more formal introduction to Chinese lore and sensibilities was perceived in an English translation of the classic novel, *Water Margin*. (Nai-An & Lo-Tien (Eds.), Jackson (Trans.), 1937) The narrative plot set in the Northern Song dynasty about how outlaws gathered at Mount Liang to rebel against the government, offered glimpses of Chinese sociopolitical motivations and potential for revolt against unjust rule.

Reading as a ludic pastime

Although the adult years of Chamkad Balankura were full of turbulent world crises, some other donations from his personal library suggest that reading also remained a pleasurable activity. As the Dutch historian and cultural theorist Johan Huizinga noted in his book *Homo Ludens* (1938), playfulness is an essential element of culture and society. (Huizinga, 1949) One of the items apparently purchased by Khun Chamkad during his public school years and kept ever since, was an educational game about economics by a Nobel Prize laureate. (Angell, 1928)

Winner of the Nobel Peace Prize in 1933, the economist Sir Ralph Norman Angell created an instructional game-book to teach schoolchildren the principles of monetary economics, finance, and banking. Angell’s *Money Game* was painstakingly tested on such authorities as the philosopher and educationalist John Dewey and the political journalist Walter Lippmann. The game, which first appeared in 1928, may possibly have influenced the board game Monopoly, which first appeared six years later.

In addition to this item aimed at children, some more mature diversions are represented in Khun Chamkad's collection in the memoirs of the Irish-American editor and journalist Frank Harris. (Harris, 1931) *My Life and Loves*, an account of Harris's romantic life and gossip about celebrities of his time, was considered so scandalous that it was banned in the United States and Britain for four decades, being first published in America only in 1963.

Somewhat less racy was *Marie Galante*, a French novel by Jacques Deval (the pen name of Jacques Bouleran), about a protagonist who is forcibly taken to South America, and who makes her way to Panama by prostitution. (Deval, 1931)

These diverting books suggest that in his twenties, Khun Chamkad sometimes read for entertainment. Simultaneously, more high-minded classics in the popular Everyman's Library series by English authors such as Chaucer, Sheridan, and Browning, as well as Italians such as Dante Alighieri and Boccaccio, helped deepen his understanding of Western culture.

For the most part, literature collected by Khun Chamkad had strong historical content, like *Beware of Pity*, a novel by Stefan Zweig about the mishaps of a love affair, set amidst the fall of the Austro-Hungarian empire. (Zweig, 1939) There is also *Cromwell*, a play by Victor Hugo, about Oliver Cromwell's internal conflicts about being offered the crown of England. (Hugo, 1863) This account of a national leader risen from the people who would be named leader of a nation clearly interested Khun Chamkad, who also owned an edition of Cromwell's letters and speeches. (Cromwell, & Carlyle (Eds.), 1934) Although they had little else in common, Cromwell and Pridi Banomyong, Khun Chamkad's commander, both rose from relatively humble circumstances to govern their respective nations.

Ultimately, reading books was for Khun Chamkad a consciousness-raising activity. Although he would not survive until the end of the war when the world entered the nuclear age, he was likely aware of developments in physics that would transform society, as he owned a copy of the first edition of a book on physics written by Albert Einstein and his fellow scientist Leopold Infeld. (Einstein, & Infeld, 1938) This typical prescience revealed an insatiable appetite for learning and self-education in diverse fields that were part of the bold and courageous adventurousness, as well as intellectual incisiveness, that made Chamkad Balankura's achievement possible.

Results and summary

From a wide range of books on political science, history, literature, and related fields now available at the Thammasat University Library, international researchers may experience some of the intellectual context of the Seri Thai activist Chamkad Balankura.

To add to the extant publications about Khun Chamkad's accomplishments, future historical and political studies about him should benefit from a closer look at his private book collection, now housed at the library's Rare Books room.

Historians and bibliographers have long researched the content and impact of private libraries. (The Library, n.d.) Future researchers interested in the life and work of Chamkad Balankura should find his book collection at Thammasat University useful and informative about his inner motivations and concerns.

By evaluating Khun Chamkad's preference in literature inspired by history as well as contemporary texts on history, politics, and related fields, researchers may approach more closely and better understand the ideas inspiring one leader of the Seri Thai movement that liberated a nation.

References

- Aldrich, R. J. (2000). *Intelligence and the war against Japan: Britain, America and the politics of secret service*. New York: Cambridge University Press.
- Angell, N. (1928). *The Money Game: How to Play It. A New Instrument of Economic Education*. London & Toronto: J. M. Dent & Sons Ltd.
- Bulsathaporn, P. (2014). *Selected works of Chamkad Balankura*. Bangkok: Siam communication.
- Charoenpong, S. (2016). Rabindranath Tagore in Thailand: His Visit, Impact and Legacy. In Lipi Ghosh (Ed.), *Rabindranath Tagore in South-East Asia: Culture, Connectivity and Bridge Making*. Delhi: Primus Books.
- Cromwell, O., & Carlyle, T. (Eds.). (1934). *Oliver Cromwell's Letters and Speeches in Three Volumes, Everyman's Library 268*. London: J. M. Dent.
- Deval, J. (1931). *Marie Galante*. Paris: Albin Michel.
- Einstein, A., & Infeld, L. (1938). *The Evolution of Physics*. Cambridge UK: Cambridge University Press.

- Evans, J. (1941). *The Nazi new order in Poland*. London: V. Gollancz.
- Hahn, E. (1941). *The Soong sisters*. New York: Doubleday, Doran and Company, Inc.
- Hamann, R. (1935). *Geschichte der Kunst von der Altchristlichen Zeit bis zur gegenwart*. Berlin: Verlag von Th. Knaur Nachf.
- Harris, F. (1931). *My Life and Loves*. Paris: Obelisk Press.
- Hartmann, N. (1935). *Ethik*. Berlin: Verlag de Gruyter.
- Hedin, S. A. (1940). *Chiang Kai-shek, marshal of China*. New York: The John Day company.
- Hegel, G. F. (1928). *Sämtliche Werke*. Leipzig: Meiner.
- Hitler, A. (1935). *My Struggle (Mein Kampf)*. London: Hurst & Blackett.
- Hugo, V. (1863). *Théâtre*, 3 vol. Paris: Libraries Hachette et cie.
- Huizinga, J. (1949). *Homo Ludens: A Study of the Play-Element of Culture*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Kant, I., & Messer, A. (Eds.). (1930). *Kritik der reinen Vernunft*. Knaur Verlag.
- Kuczynski, J. (1939). *The Condition of the Workers in Great Britain, Germany and The Soviet Union*. London: V. Gollancz Ltd.
- Lewis, J. (1970). *The Left Book Club: an historical record*. London: Gollancz.
- Lindsay, A. D. (1934). *Kant*. London: E. Benn Limited.
- Maleenont, N. (2018). "No God-Damned Thailander Can Be Trusted to Do a Job Without Getting Political Minded": The Free Thai Movement and the Politics of Independence During World War II. *Voces Novae*. 2(1), 80-109. Retrieved from <https://digitalcommons.chapman.edu/vocesnovae/vol2/iss1/12>.
- Nai-An, S. & Lo-Tien, F. (Eds.). (1937). *Water Margin*, 2 vols. (Jackson, J. H., Trans.). Shanghai: Commercial Press.
- Prichard, H. A. (1909). *Kant's Theory of Knowledge*. Oxford: Oxford Clarendon Press.
- Reed, D. (1938). *Insanity Fair: A European Cavalcade*. London: Jonathan Cape.
- Reynolds, E. B. (2010). *Thailand's secret war: the Free Thai, OSS, and SOE during World War II*. UK.: Cambridge University Press.
- Rilke, R. M. (1930). *Gesammelte Werke*. Leipzig: Insel Verlag.
- Russell, B. (1936). *Which Way to Peace ?*. London: Michael Joseph.
- Sander, A. (2016). *Early Thai students at Balliol College*. Retrieved from <https://balliolarchivist.wordpress.com/2016/10/06/early-thai-students-at-balliol-college/>.

Seton-Watson, R. W. (1939). *Munich and The Dictators*. London: Methuen.

Shaw, G. B. (1933). *The Political Madhouse in America and Nearer Home. A Lecture*. London: Constable & Co.

Stowe, J. A. (1991). *Siam becomes Thailand: a story of intrigue*. Honolulu: University of Hawaii Press.

The Library. (n.d.). *The Library on Private Libraries*. Retrieved from https://academic.oup.com/library/pages/Library_on_Private_Libraries.

Woolf, L. (1939). *Barbarians at the Gate*. London: Victor Gollancz, Ltd.

Zweig, S. (1939). *Beware of Pity: A Novel*. London: Viking Press.

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ จังหวัดนครพนม

Guidelines for Developing Marketing Strategies of River Tourism in Nakhon Phanom Province

วชิรญา ตติยนันทกุล

Wachiraya Tatiyanantakul

นักวิจัยอิสระ

Independent Researcher

E-mail : 62011060002@msu.ac.th

Date Received : 3 October 2023 Date Revised : 18 July 2024

Date Accepted : 18 July 2024 Date Published online : 27 September 2024

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพทั่วไปในการจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและนอกที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดนครพนม และเสนอ กลยุทธ์การตลาดเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ จังหวัดนครพนม โดยใช้การ สัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 14 คน การสนทนา กลุ่มย่อย ร่วมกับผลการศึกษาเชิงปริมาณ จากผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 400 คนที่เดินทางมา ท่องเที่ยวสำราญทางน้ำนครพนม และใช้การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ในการกำหนดกลยุทธ์ การตลาดท่องเที่ยว พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำจังหวัดนครพนม คือ การดำเนิน กลยุทธ์การตลาดสินค้าแบบมุ่งเน้นความแตกต่างของที่ตั้งจังหวัดริมแม่น้ำโขง และเพิ่มความหลากหลายของ กิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำ กลยุทธ์การกำหนดราคาที่เหมาะสมคุณภาพและประสบการณ์ที่ได้รับกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาดที่เน้นการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจผ่านการสื่อสารที่ทันสมัย และ ส่งเสริมการเสนอขายการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำรูปแบบพิเศษร่วมกับการจองที่พักแรม กลยุทธ์ช่องทางการ จัดจำหน่ายที่ตรงกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ผู้ให้บริการ การฝึกทักษะและอบรมพนักงาน เพื่อ สร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว กลยุทธ์กระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการ ที่ง่าย สะดวกรวดเร็วสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กลยุทธ์ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่เน้นการนำเสนอความเป็นเมืองริมน้ำที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย เนียบช้า และวัฒนธรรม ของกลุ่มชาติพันธุ์ และกลยุทธ์การผลิตรายการโปรแกรมนำเที่ยวร่วมกับสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อนำเสนอขายเป็น โปรแกรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ

คำสำคัญ : การตลาดท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยว การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ส่วนผสมการตลาดท่องเที่ยว 8P's การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร

Abstract

This study aims to examine the management conditions of water-based tourism in Nakhon Phanom Province by analyzing the internal and external environments related to tourism development and proposing marketing strategies to guide its advancement. Utilizing in-depth interviews with a purposive sample of 14 key informants, small group discussions, and quantitative data from a survey of 400 tourists, the research employs SWOT and TOWS matrix analysis to identify effective strategies. The findings suggest the following development strategies; Product Strategy : emphasizes the province's unique location along the Mekong River and diversifying water tourism activities; Pricing Strategy: implementing appropriate pricing that reflect quality and experience; Promotion Strategy: using promotion that focusing on modern communication channels to promote an impressive tourism image and special water excursions combined with hotel reservations; aligning Distribution Channels Strategy with target group behaviors; using the Service Provider Strategy involves training and developing employees to create a favorable impression and satisfaction; Process Strategy: ensure that the delivery of products and services is easy, convenient and fast, adaptable to market changes and tourist behavior; Physical Evidence Strategy: highlighting the riverside city's simple, slow lifestyle and ethnic culture; Programming Strategy: developing cooperated tour programs strategy with local tourist attractions to offer comprehensive water-based tourism packages.

Keywords: Tourism Marketing, Tourism Marketing Strategy, Water-based tourism, 8P's Tourism Marketing Mix, Internal and External Environmental Analysis (SWOT Analysis).

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. (2561-2580) ในประเด็นที่ 5 การท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูง

เพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง ทั้งนี้ ใน ยุทธศาสตร์ชาติ ฯ ได้มีการระบุถึงการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำเป็นหนึ่งในแผนย่อยที่ 4 ของการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในอนาคต การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ได้ถูกนิยามขึ้นอย่างเป็นทางการครั้งแรกในปี 2563 จาก โครงการจัดทำข้อมูลตามตัวชี้วัด ตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2561 – 2580) โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งคำนิยามเชิงแนวคิดกล่าวว่า “การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทั้งพื้นที่ชายฝั่ง ทะเล แม่น้ำ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำอื่น ๆ รวมถึงกิจกรรมทางน้ำ โดยผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเรือสำราญ เรือยอร์ช เรือท่องเที่ยวท้องถิ่น และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและสร้างความประทับใจตลอดการเดินทาง ” (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563 น. 82)

การให้ความสำคัญกับการพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็ง โดยการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เป็นพลวัตเพื่อให้การท่องเที่ยวของไทยมีรูปแบบการท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่โดดเด่น เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นคุณค่า (High Value Tourism) มีกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดความสนใจและพฤติกรรมที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ได้ถูกกำหนดไว้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566-2570 ซึ่งในประเด็นกลยุทธ์การส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่หลากหลายและสร้างสรรค์ของไทย (High-Potential and Creative Tourism) ได้ระบุถึงแนวทางการพัฒนาคุณภาพของรูปแบบกิจกรรมทางน้ำ รวมถึงการพัฒนาการบริการและแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทางทางทะเล ชายฝั่ง และลุ่มแม่น้ำสายสำคัญ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ที่โดดเด่นและมีคุณภาพ (Coastal Maritime and River Tourism) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) มาสู่แผนพัฒนาจังหวัดนครพนมระยะ 5 ปี (2566-2570) ที่มีจุดเน้นประเด็นการพัฒนาที่สำคัญของจังหวัดในด้านการพัฒนาคุณภาพทางท่องเที่ยวและบริการเป็นประเด็นสำคัญอันดับแรก ร่วมกับอีกห้าประเด็นสำคัญ โดยมีเป้าหมายการพัฒนาให้จังหวัดนครพนมเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง นับเป็นการวางแผนในการพัฒนาจังหวัดที่มีทิศทางในการพัฒนาที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาในระดับชาติเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกลับพบช่องว่างของการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านนั้นมีความขาดแคลนยิ่ง ตลอดจนขาดการศึกษาถึงแนวทางและกลยุทธ์การตลาดในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม และการยกระดับการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพเพื่อความสามารถในการแข่งขันในระดับตลาดสากลอย่างเป็นรูปธรรม จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมให้มีศักยภาพเพื่อการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวสากลได้

จากผลการศึกษาของ ศิวริดา ภูมิวรมุณี (2561) ที่ได้เสนอยุทธศาสตร์การตลาดการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม โดยได้ระบุถึงกลยุทธ์ตลาดเชิงรับ (ST) ด้วยการสร้าง

ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ด้านสังคม เศรษฐกิจ การลงทุน ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการ และได้นำเสนอกลยุทธ์ระยะสั้น ด้วยการที่ให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต้องเร่งหาแนวทางการเจรจาหรือตกลงความร่วมมือระหว่างประเทศในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวที่เอื้อประโยชน์ต่อกันอย่างเป็นธรรม โดยเฉพาะในแถบประเทศเพื่อนบ้าน ประเทศลาว ประเทศ เวียดนาม และประเทศจีน (ตอนใต้) รวมไปถึงผลการศึกษาของ ประจวบ จันทรหมื่น (2559) ในวิเคราะห์แผนการส่งเสริมพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐและผู้ประกอบการทั้งในประเทศไทยและในประเทศลาว พบว่า จังหวัดนครพนมมีการส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดในแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ที่เน้นแหล่งท่องเที่ยวตามลำน้ำโขง แต่การพัฒนาดังกล่าวยังขาดการบูรณาการแผนการท่องเที่ยวระหว่างประเทศร่วมกัน และมีข้อจำกัดด้านการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการตอบสนองต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ปัจจุบัน จึงชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำในจังหวัดนครพนม

ทั้งนี้ ผลการศึกษาวิจัย รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ 2 ฝั่งโขง เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย กรณีศึกษาจังหวัดนครพนม พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำราญแม่น้ำโขง 400 คนที่เดินทางมาท่องเที่ยวสำราญทางน้ำนครพนม พบว่า เป็นเพศหญิงที่มีอายุ 21-40 ปี เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว มีจุดประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยมีพักค้างแรม 1 คืน และงานการศึกษาของมนตรี คำวัน และคู่บุญ จารุมณี (2560) ที่พบว่า จุดแข็งของจังหวัดนครพนม คือการมีพระธาตุพนมอันเป็นที่เคารพสักการะบูชาตั้งอยู่ในพื้นที่ และเป็นจังหวัดที่มีทิวทัศน์สวยงามติดฝั่งแม่น้ำโขง นับเป็นโอกาสที่สำคัญ ที่จะทำให้เมืองนครพนมสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ในระดับต่างชาติได้ (มนตรี คำวัน และ คู่บุญ จารุมณี, 2560) โดยในปี พ.ศ. 2565 การท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนมมีการเจริญเติบโตสูงกว่าจังหวัดอื่นๆ ในอีสาน โดยมีการฟื้นตัวขึ้นมากกว่าร้อยละ 132 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (วชิรญา ตติยนันทกุล, สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2566) ทั้งนี้ เนื่องจากการพยายามในการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเกิดความสนใจเดินทางมาสัมผัสกับความงามทางธรรมชาติของจังหวัดริมฝั่งโขง และวิถีวัฒนธรรมที่น่าสนใจ รวมไปถึงการส่งเสริมการทำการตลาดประชาสัมพันธ์ถึงการมีอยู่ของเส้นทางสายศรัทธา และถ้ำนาคี ทำให้จังหวัดนครพนมเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวอยากมาสัมผัสในที่สุด ดังนั้น ผลจากการศึกษาแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและข้อเสนอกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ตลอดจนผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว (Demands) และผลจากความโดดเด่นของจังหวัดที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายสวยงาม ประกอบกับจุดดึงดูดใจของลักษณะภูมิทัศน์วัฒนธรรมริมฝั่งโขงที่มีเสน่ห์ไปจนถึงวิธีการในการมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนม (Supply) ภายใต้สถานการณ์ปรกติวิธีใหม่นี้เอง ทำให้ผู้ศึกษาเล็งเห็นความสำคัญในการจัดทำกลยุทธ์การตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดนครพนม และเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว

สำราญทางน้ำจังหวัดนครพนมให้ได้พัฒนาความสามารถในการแข่งขันในตลาดระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. ศึกษาสภาพทั่วไปในการจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
2. เสนอกลยุทธ์การตลาดเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ จังหวัดนครพนม

การทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ

Lapko and Panasjuk (2019) ระบุว่า การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยกิจกรรมสันทนาการและกีฬาทางน้ำทุกรูปแบบทั้งบนน้ำและใต้น้ำ ไม่ว่าจะเป็นทางทะเล (Sea Cruise) หรือแม่น้ำ (River Cruise) รวมถึงเป็นกิจกรรมการขนส่งที่ใช้น้ำเป็นเส้นทางคมนาคม เป็นการท่องเที่ยวที่เป็นการรวมกิจกรรมการขนส่ง (Logistic) และกิจกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ด้วยกัน นอกจากนี้ การศึกษาของ Fachrudin and Lubis (2016) ยังได้ระบุว่า การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำเป็นกิจกรรมนันทนาการหรือการเดินทางทางน้ำบนพาหนะที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้โดยสารสามารถเพลิดเพลินกับการพักผ่อนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่รวมเอาสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางน้ำ ตลอดจนความบันเทิงในขณะที่ผู้เดินทางได้เพลิดเพลินกับทัศนียภาพชื่นชมทิวทัศน์ธรรมชาติบนเส้นทาง หรือสถานที่ท่องเที่ยว รวมไปถึงการศึกษาของ Van, Doods, and Haezendonck (2014) ได้กล่าวถึงรูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำไว้อย่างน่าสนใจ กล่าวคือ การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ (River Tourism) หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยลักษณะที่สำคัญ 2 ประการคือ กิจกรรมการเดินทางล่องแม่น้ำ และกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว (Touristic activities, River cruises and river events) เป็นรูปแบบการพักผ่อนที่มีการใช้แหล่งน้ำเพื่อประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว (Van et al., 2014) ทั้งนี้ งานการศึกษาของ Abbas (2021) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวทางแม่น้ำบนริมฝั่งแม่น้ำของเมืองบันจาร์มาซิน (Banjarmasin) ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำบันจาร์มาซิน ประเทศอินโดนีเซีย พบว่า การจัดการท่องเที่ยวทางน้ำเมืองบันจาร์มาซิน ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างเป็นรูปธรรมด้วยการออกกฎหมายและนโยบายต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงการจัดการแม่น้ำเพื่อการท่องเที่ยว ผ่านการสนับสนุนการจัดเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำ โดยมุ่งหวังให้เกิดการใช้ศักยภาพของแม่น้ำให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อเกิดการพัฒนาผลประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยว มาพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพของชีวิตคนในชุมชนที่ดีขึ้น เกิดการอนุรักษ์แม่น้ำ และเกิดความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม โดยการศึกษาพบว่า ริมฝั่งของแม่น้ำมีสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเยี่ยมชมได้ รวม 24 แห่ง และแบ่งการท่องเที่ยวออกเป็นหลายด้าน ได้แก่ ศาสนา

ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และอาหาร ทั้งนี้การศึกษาชี้ให้เห็นว่า แม่น้ำไม่ได้เป็นเพียงแหล่งน้ำแก่ผู้คนในเมืองเท่านั้น หากแต่แม่น้ำได้ทำหน้าที่อื่นๆ ที่สำคัญครอบคลุมกิจกรรมการคมนาคมทุกประเภท เป็นศูนย์กลางของพื้นที่การท่องเที่ยวสาธารณะ เป็นจุดติดต่อสื่อสาร กิจกรรมทางเศรษฐกิจ และแม่น้ำยังส่งผลต่อแนวปฏิบัติทางการเมืองด้วย (Abbas, 2021) จากการศึกษาอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ หมายถึงรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำที่ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ สำคัญ คือ มีการเดินทางที่ใช้น้ำเป็นเส้นทาง (Cruise Travel) มีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสบายตลอดการเดินทางการท่องเที่ยว (Service and Amenities) มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวในขณะเดินทาง (Recreation Activities) และมีกิจกรรมที่เชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำโขง (Tourist Attractions/Tourism destination)

การตลาดท่องเที่ยว

The American Marketing Association (2017) กล่าวว่า การตลาดเป็นระบบและกิจกรรมหรือกระบวนการในการสร้างสรรค์การสื่อสาร การแลกเปลี่ยนแนวคิดความต้องการและข้อเสนอที่มีคุณค่าสำหรับลูกค้า ตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ซื้อ องค์กรคู่ค้ารวมถึงสังคม และสังคมโดยรวม เช่นเดียวกับ Kotler, Bowen, Makens, and Baloglu (2017) ที่ระบุว่า การตลาดเป็นการสร้างสิ่งตอบสนองความต้องการลูกค้าทำให้ลูกค้าพึงพอใจในสิ่งที่ต้องการ เป็นกระบวนการสร้างคุณค่า และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อที่จะได้รับผลประโยชน์ตอบแทน เพราะฉะนั้น การตลาดจึงไม่ใช่แค่เรื่องของขายและการโฆษณาเพียงเท่านั้น ทั้งนี้ ในบริบทของการท่องเที่ยว การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) จึงมีความหมายและขอบเขตที่กว้างมากและซับซ้อนมากยิ่งขึ้นตามความหลากหลายของสาขารัฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Goeldner and Ritchie (2012) ที่ระบุว่า การตลาดท่องเที่ยวเป็นแนวคิดที่กว้างมาก มันเป็นภาพรวมทั้งหมดในการผลิตสินค้าและบริการการท่องเที่ยวไปยังผู้รับบริการ อีกทั้งกระบวนการในการผลิตสินค้าและบริการให้เหมาะกับตลาด และทำการแสวงหาถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ เพื่อที่จะผลิตสินค้าที่ตรงความต้องการนั้น นอกจากนี้ Dolnicar and Ring (2014) ล่าวไว้ในงาน Tourism Marketing Research - Past, Present and Future ว่า การตลาดการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับลูกค้าผู้ใช้บริการที่อยู่ในกระบวนการหรือระบบการตลาด โดยที่มุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการเดินทางและการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการสร้างมูลค่าตามความคาดหวังให้กับนักท่องเที่ยว (Dolnicar & Ring, 2014) เช่นกันกับงานของ Morrison (2019) ที่ได้ให้คำนิยาม การตลาดท่องเที่ยว ว่าเป็นกระบวนการที่ถูกออกแบบมาเพื่อจัดการกับการตอบสนองความต้องการของผู้รับ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบบุคคล หรือกลุ่มบุคคล ที่เป็นองค์กร หรือบริษัท เป็นการสร้างหรือผลิตรวมไปจนถึงการส่งมอบสินค้าเหล่านั้นแก่ผู้รับ ดังนั้นจึงกล่าวสรุปได้ว่า การตลาดท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการของการจัดการกับกิจกรรมการดำเนินงานทั้งหมดจากต้นทางผู้จัดหา ผู้ผลิต และนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการ เป็นกระบวนการในการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ เพื่อผลิตสินค้าและบริการการท่องเที่ยว และนำเสนอซึ่งคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่

ตรงกับความต้องการของผู้รับ และการตลาดท่องเที่ยวยังอาจหมายถึงความพยายามดำเนินการผลิต และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างภายในและภายนอกองค์กรของภาคธุรกิจต่าง ๆ และนักท่องเที่ยวเพื่อให้องค์กรหาวิธีการในการจัดการกับความต้องการใช้บริการ (Demand) ให้มีความสมดุลกับความสามารถในการผลิต (Supply) มากที่สุดเพื่อการสร้างซึ่งประโยชน์ร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย

ส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว

ส่วนประสมการตลาด คือ ชุดเครื่องมือทางการตลาดที่ทำงานร่วมกันเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เป็นเครื่องมือที่องค์กรต้องสามารถควบคุมและจัดหาสินค้าหรือบริการขึ้น เพื่อสร้างการตอบสนองตามที่ลูกค้าในตลาดเป้าหมายต้องการ โดยกระบวนการดำเนินงานจำเป็นต้องมีการกำหนดเป้าหมายและความต้องการของลูกค้าก่อนดำเนินงานผลิตซึ่งสินค้าและบริการให้ลูกค้า (Kotler, Armstrong, Wong, & Saunders, 2008) ผลจากการศึกษาส่วนผสมการตลาดบริการที่ผ่านมาจะกล่าวถึง ส่วนประสมการตลาดของสินค้าโดยทั่วไปเป็นพื้นฐานซึ่งจะมีองค์ประกอบด้วยกัน 4 อย่าง อันได้แก่ (4P's) คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (Kotler & Armstrong, 2014) แต่อย่างไรก็ตาม ในบริบทของการตลาดบริการและการท่องเที่ยว ส่วนผสมการตลาดนั้นย่อมมีส่วนผสมการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากความซับซ้อนในตัวสินค้า และบริการที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้าโดยทั่วไปคือ 1) เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ 2) เป็นสินค้าที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ 3) เป็นสินค้าที่มีความไม่แน่นอน และ 4) เป็นสินค้าที่ไม่สามารถแยกส่วนจากกันได้ (Weaver & Lawton, 2010) จึงทำให้ส่วนผสมการตลาดท่องเที่ยวมีส่วนผสมการตลาดทั้งสิ้น 7Ps (Service marketing mix) ได้แก่ 1. สินค้าการท่องเที่ยว/บริการ (Product/Service), 2. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ (Place/distribution), 3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 4. การกำหนดราคา (Price) 5. กระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการ (The service delivery /Process), 6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and design) และ 7. พนักงานผู้ให้บริการหรือบุคลากร (People) (Victor & Middleton, 2009; Kotler et al., 2008; Misiura, 2006, pp. 129-133) นอกจากนี้ Morrison (2019) ยังกล่าวถึงส่วนผสมการตลาดท่องเที่ยวว่า ส่วนผสมการตลาดท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบที่หลากหลายซึ่งมีทั้งสิ้น 8 (8P's) ได้แก่ สินค้าและบริการหรือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Product) ช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดสินค้าคงคลัง (Place) การตั้งราคาขาย (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) โปรแกรมการท่องเที่ยว (Programming) คู่ค้าทางธุรกิจ (Partnerships) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และการออกแบบร่วมกับองค์ประกอบอื่นที่จำเป็นเพื่อการท่องเที่ยว (Packaging) และบุคลากร (People)

ดังนั้น จึงสามารถกล่าวสรุปได้ว่า ส่วนผสมการตลาดการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ มีทั้งสิ้น 8 องค์ประกอบ หรือ 8P's โดยองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว 8P's ประกอบด้วย :

1) สินค้าและบริการการท่องเที่ยว (Product/Service) ในที่นี้หมายถึง สินค้าและบริการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโขงของจังหวัดนครพนม ที่ประกอบด้วยการเดินทางที่ใช้น้ำเป็นเส้นทาง การบริการ

และสิ่งอำนวยความสะดวกสบายตลอดการเดินทางการท่องเที่ยว กิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว ในขณะที่เดินทาง กิจกรรมที่เชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำโขง เป็นบริการที่มีศักยภาพในการสร้างคุณค่าและประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ

2) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนมที่มีประสิทธิภาพ มีการส่งเสริมการขายที่เหมาะสมกับตลาด รวมถึงการให้ข้อมูลและคำแนะนำการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยการสื่อสารและส่งเสริมการขายไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายก่อนดำเนินงาน

3) พนักงานผู้ให้บริการหรือบุคลากร (People/Service Providers) การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโขงของจังหวัดนครพนม เป็นรูปแบบการบริการที่เกิดขึ้นบนเรือสำราญ โดยจะเกิดการปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างนักท่องเที่ยวและพนักงานให้บริการบนเรือ การรับประทาน การรับฟังการบรรยาย ลักษณะของการโต้ตอบเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวผู้รับบริการ นักท่องเที่ยวจะตัดสินคุณภาพของการให้บริการที่ได้รับจากการประเมินผู้ที่ให้บริการ

4) การกำหนดราคา (Price) เป็น เป็นการจัดการกับต้นทุนค่าใช้จ่ายของสินค้าและบริการของผู้ให้บริการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ โดยไม่ลดคุณค่าและประโยชน์ของสินค้าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ เป็นมูลค่าตัวเงิน ที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าจะจ่ายเงินที่จ่ายไปคุ้มค่ากับความต้องการ และได้คุณภาพการบริการตามที่ตนเองคาดหวัง

5) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel distribution) เป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ต้องการนำเสนอขายไปยังนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม ซึ่งจำเป็นต้องมีการสื่อสารผ่านช่องทางที่เหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

6) กระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการ (Process) เป็นกระบวนการและขั้นตอนในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เพื่อบริการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำที่ถูกต้องเหมาะสม และสามารถสนองต่อความคาดหวังสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ โดยกระบวนการดังกล่าวอาจจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อลดทอนขั้นตอนอันยุ่งยากซับซ้อนออกไป

7) โปรแกรมการท่องเที่ยว (Programming) เป็นรายการนำเที่ยวหรือโปรแกรมท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนมในรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการนำเสนอรายการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอเอกลักษณ์และจุดเด่นของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนริมฝั่งโขงอันเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดมาเป็นจุดขายเพื่อสร้างความโดดเด่นน่าดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวในการรับประสบการณ์การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ

8) ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นลักษณะทางกายภาพและภูมิทัศน์วัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครพนม ที่ส่งผลต่อความรู้สึกและภาพจำในการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ และการมี

ประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยว ลักษณะของผู้คน รูปแบบอาคารบ้านเรือน สิ่งแวดล้อมที่สวยงาม อาหาร พนักงานให้บริการ การแต่งกายของผู้คนท้องถิ่น ความสะดวกในการเข้าถึง ป้ายสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงเป็นส่วนสำคัญต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวและความประทับใจที่ได้ ดังนั้น การสร้างสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เหมาะสมจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยว และส่งเสริมมูลค่าเพิ่มให้กับการจัดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำอีกทางหนึ่งด้วย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) มีวิธีการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเอกสารปฐมภูมิ ได้แก่ การทบทวนวรรณกรรม ตำรา บทความ รวมถึงวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนมในปัจจุบัน
2. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยผู้วิจัยทำการกำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ที่มีกรอบกว้างๆ สอดคล้องความมุ่งหมายของการศึกษาตามประเด็นที่กำหนด ประกอบด้วย ข้อมูลลักษณะทั่วไปด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการ ด้านการตลาดการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) รวมถึงโครงการที่ดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำในปัจจุบัน แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม ในอนาคต การแจกแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครพนม เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก และกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องทั่วไป โดยผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) โดยวิธีการเลือกเจาะจง (Purpose sampling) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยการใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ร่วมกับการสังเกต บันทึกภาพ และใช้เทปบันทึกเสียงประกอบการสัมภาษณ์ สัมภาษณ์จนกระทั่งได้ข้อมูลที่เกิดการที่ซ้ำกันจึงหยุดการสัมภาษณ์ ได้กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งสิ้น 14 คน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1) กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งทางเรือที่ให้บริการการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำในจังหวัดนครพนม โดยเลือกกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งทางเรือที่จดทะเบียนธุรกิจให้บริการขนส่งทางเรือจังหวัดนครพนม จำนวน 2 คน
- 2) กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการเดินทางขนส่งทางเรือ โดยพิจารณาจากโครงสร้างองค์กรผู้มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงต่อการจัดการการท่องเที่ยวและการเดินทางขนส่งทางน้ำ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ผู้ว่าราชการจังหวัดนครพนม นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด

นครพนม ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) สำนักงานนครพนม ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม ประธานหอการค้าจังหวัดนครพนม ประธานสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ผู้ประกอบการเรือสำราญแม่โขงพาราไดซ์ครุซ เจ้าหน้าที่ท่าเรือขนส่ง สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ผู้ประกอบการบริษัททัวร์ และนักวิชาการด้านผังเมืองนครพนม

3) กลุ่มผู้นำชุมชนอย่างเป็นทางการ ที่อาศัยอยู่ในเขตชุมชนพื้นที่การศึกษาวิจัยใกล้กับท่าเรือที่มีการดำเนินงานจัดการกิจกรรมท่องเที่ยว จำนวน 2 คน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชนหมู่บ้านไชยบุรี อำเภอท่าอุเทน และกำนันตำบลบ้านกลาง อำเภอเมืองจังหวัดนครพนม

กลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไป คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครพนม จำนวน 400 คน (อ้างอิงขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดนครพนมในปี 2560 จำนวน 1,074,937 คน) (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม, 2561) โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ โดยนำเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างที่ไม่พิจารณาถึงโอกาสหรือความน่าจะเป็นสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อนำผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างมาประกอบเป็นข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว และใช้การสนทนากลุ่มย่อยเพื่อหาข้อสรุปแล้วสร้างแนวทางการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำจังหวัดนครพนม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก แบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทั่วไปหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดนครพนมแบบสำรวจ (Survey) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ รวมถึงลักษณะพื้นที่ทางกายภาพที่ปรากฏในพื้นที่การศึกษาปัจจุบัน และการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) โดยในการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อยืนยันผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) แนวทางพัฒนาที่เหมาะสมกับการจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ก่อนนำมาจับคู่กำหนดกลยุทธ์ TOWS Matrix

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีการเก็บข้อมูลใน 2 ลักษณะ คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการสำรวจและสังเกตการณ์ การจดบันทึก การถ่ายภาพและการบันทึกเสียง การสนทนากลุ่มย่อย และการเก็บแบบสอบถาม และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ การตลาดการท่องเที่ยว ส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม การลงสำรวจพื้นที่ การสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เรียบเรียงแบบร้อยแก้วในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อหาข้อสรุปหรือแนวคิดที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาข้อมูลตามกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลแบบเชิงปริมาณที่ได้จากการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติเชิงพรรณนา

ประกอบด้วย การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกัน และสร้างกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำจังหวัดนครพนม

กระบวนการศึกษา



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการศึกษาวิจัย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพทั่วไปในการจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม

การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนมในปัจจุบัน เป็นการจัดการกิจกรรมการล่องเรือท่องเที่ยวบนแม่น้ำโขง ชมบรรยากาศทัศนียภาพบนเส้นทางริมฝั่งแม่น้ำโขงทั้ง 2 ฝั่ง ไทย และฝั่งของสปป.ลาว เป็นกิจกรรมหลัก จากลักษณะทางกายภาพของจังหวัดที่มีลักษณะเป็นแนวยาวตามฝั่ง

แม่น้ำโขงกว่า 153 กิโลเมตร มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี และงานเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม เป็นรูปแบบจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำที่ พบว่า มีองค์ประกอบ 1) การเดินทางล่องแม่น้ำโขง (Khong River Cruise Tourism) โดยเรือสำราญทางแม่น้ำเพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบภาครัฐและเอกชน มีองค์ประกอบ 2) การบริการและอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวตลอดการเดินทางการท่องเที่ยวบนเรือสำราญ (Service and Amenities) ผ่านรูปแบบการให้บริการและมีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวบนเรือแก่นักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย การบริการจำหน่ายอาหารค่ำและเครื่องดื่ม รวมถึงมีการแสดงกิจกรรมสันทนาการ การแสดงดนตรีแสดงสด ประกอบการล่องเรือ และพบองค์ประกอบ 3) กิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว (Attractions and events) ที่มีการใช้แม่น้ำโขงเพื่อการเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับการพักผ่อน ล่องเรือฟังดนตรี และการบรรยายสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญริมฝั่งแม่น้ำโขงที่นักท่องเที่ยวล่องเรือผ่านตลอดเส้นทาง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษา พบว่า ยังไม่พบองค์ประกอบของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำ (Tourist Attractions/ Tourism destination) หรือกิจกรรมสันทนาการและกีฬาทางน้ำเพื่อการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถรับประสบการณ์การท่องเที่ยวได้

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ พบว่า ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวสำราญทางน้ำจังหวัดนครพนม จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 และเป็นเพศชาย 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 ด้านช่วงอายุส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และ ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ตามลำดับ ด้านพาหนะในการเดินทางมายังจังหวัดนครพนม พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ในการเดินทางมายังจังหวัดนครพนมด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมา คือ เครื่องบิน จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ตามลำดับ ด้านจุดประสงค์ของการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.30 รองลงมาคือ สักการะบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80 และเพื่อชมทัศนียภาพบริเวณแม่น้ำโขง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ตามลำดับ ด้านระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครพนม ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมโดยจะพักแรม 1 คืน จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 พักแรมมากกว่า 1 คืนขึ้นไป จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 และไม่พักค้างคืน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ตามลำดับ

2. ส่วนประสมการตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม

ผลการวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม มีส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย

1) สินค้าและบริการการท่องเที่ยว (Product/Service) เป็นการจัดกิจกรรมการล่องเรือท่องเที่ยวบนแม่น้ำโขง ชมบรรยากาศของทัศนียภาพของพื้นที่ริมแม่น้ำโขงของฝั่งไทยและฝั่งของสปป.ลาว บนเรือมีบริการจำหน่ายอาหารค่ำและเครื่องดื่ม ซึ่งจะจัดขึ้นในเฉพาะเวลาช่วงเย็นเพื่อให้นักท่องเที่ยวชมความงามของพระอาทิตย์ตก โดยภายในการล่องเรือจะมีวิทยากรคอยบรรยายเล่าเรื่องให้นักท่องเที่ยวได้ฟังระหว่างนั่งเรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ และสถานที่สำคัญต่าง ๆ ทั้งในฝั่งของจังหวัดนครพนมของไทย และฝั่งเมืองท่าแขกของ สปป.ลาว ที่นักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นได้จากบนเรือ โดยการใช้บริการล่องเรือสำราญท่องเที่ยว ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการได้ทั้งแบบล่องเรือท่องเที่ยวยามเย็นที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั่วไปทุกวัน และแบบเช่าเหมาลำเพื่อการจัดเลี้ยงส่วนตัว

2) การกำหนดราคา (Price) การให้บริการล่องเรือท่องเที่ยวที่อยู่ในความดูแลของเทศบาลเมืองนครพนม และการให้บริการล่องเรือท่องเที่ยวในเครือของบริษัท แม็โขง พาราไดซ์ ครุยส์ จำกัด มีการกำหนดราคาขายที่แตกต่างกัน โดยมีราคาค่าบริการนั่งเรือนำเที่ยวราคา 50 บาทต่อคน สำหรับเรือเทศบาล และค่าบริการล่องเรือของบริษัท แม็โขง พาราไดซ์ สำหรับผู้ใหญ่ ราคา 200 บาท และสำหรับเด็ก ราคา 100 บาท ส่วนด้านค่าบริการอาหารและเครื่องดื่ม บนเรือจะขึ้นอยู่กับรายการอาหารที่เรือได้กำหนดไว้ในเมนู

3) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม มีการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโขง โดยผ่านการโฆษณาในสื่อสังคมออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและลูกค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วยการล่องเรือสำราญท่องเที่ยวบนแม่น้ำโขง ชมทัศนียภาพภูมิทัศน์วัฒนธรรมยามเย็นริมแม่น้ำโขง เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และจดจำภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโขงแบบเนิ่นช้า (Slow Life) ชาบซึ่งไปกับวิถีวัฒนธรรมของผู้คนริมฝั่งแม่น้ำ

4) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel distribution) มีการเสนอบริการโปรแกรมการท่องเที่ยวล่องเรือท่องเที่ยวบนแม่น้ำโขง ชมบรรยากาศของทัศนียภาพของพื้นที่ริมแม่น้ำโขง ในหลากหลายช่องทางเพื่อการเข้าถึงที่ง่ายและรวดเร็วตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันที่อาศัยความก้าวหน้าในเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ในการเลือกใช้บริการ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ซึ่งลูกค้าสามารถทำการจอง (possession processing services) และตรวจสอบข้อมูลก่อนการท่องเที่ยวได้ภายในช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น ๆ หรือ นักท่องเที่ยวสามารถซื้อบัตรได้โดยตรงที่ทำเที่ยวเรือเทศบาลเมืองนครพนม (หน้าตลาดอินโดจีน) และทำเรือแม็โขง พาราไดซ์ ครุยส์ บริเวณใกล้เคียงกัน ก่อนเวลาล่องเรือได้ที่ทำเรืออย่างน้อย 1 ชั่วโมง ก่อนเรือออกจากท่า

5) พนักงานผู้ให้บริการหรือบุคลากร (People) การให้บริการล่องเรือท่องเที่ยวในเครือของบริษัท แม็โขง พาราไดซ์ ครุยส์ จำกัด มีการคัดเลือกผู้ให้บริการบนเรือสำราญหลากหลายตำแหน่ง ทั้งพนักงานส่วนหน้าบ้านและหลังบ้านแบบโครงสร้างร้านอาหารและภัตตาคาร โดยการคัดเลือกผู้ให้บริการบนเรือสำราญเจ้าของบริษัทจะทำการคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติเฉพาะตามที่บริษัทกำหนดไว้อย่างเคร่งครัดต่างออกไปกับการล่องเรือท่องเที่ยวที่อยู่ในความดูแลของเทศบาลเมืองนครพนมที่อยู่ในความดูแลของรัฐ จะมีพนักงานมี

ทักษะการบริการเฉพาะน้อยกว่า รวมถึงมีการใช้บุคลากรน้อยกว่า เพราะบนเรือจะมีการบริการจำหน่ายเครื่องดื่มและอาหารขบเคี้ยวเท่านั้น

6) กระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการ (Process) มีการส่งมอบคุณค่าในการให้บริการกับลูกค้าที่สะดวกรวดเร็วและเกิดความประทับใจ (customer satisfaction) สื่อสังคมออนไลน์และออฟไลน์ที่ใช้สื่อสารกับลูกค้ามีขั้นตอนการจองและข้อมูลเรือสำราญไม่ซับซ้อน นักท่องเที่ยวสามารถทำการจองล่วงหน้าเพื่อบริษัทจะได้จัดเตรียมความพร้อมก่อนลูกค้าเดินทางมาถึง และลดข้อผิดพลาดจากการให้บริการ โดยจะมีการอธิบายรายละเอียดกิจกรรมการจัดเลี้ยงและสถานที่จุดหมายปลายทางไว้ล่วงหน้า ในกรณีเช่าเหมาลำ ทั้งนี้ เพื่อการให้บริการนักท่องเที่ยวบนเรือสำราญที่ตรงกับความต้องการนักท่องเที่ยวสามารถเลือกตำแหน่งที่นั่ง หรือโต๊ะอาหารได้ความต้องการระหว่างการล่องเรือ (1-2 ชั่วโมง) และเป็นไปตามความสามารถในการให้บริการและความปลอดภัยในการท่องเที่ยวบนเรือสำราญ

7) ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่เป็นสิ่งก่อให้เกิดความประทับใจแรก (First Impression) โดยรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม ผ่านการล่องเรือบนแม่น้ำโขงที่นักท่องเที่ยวนอกจากจะสามารถชื่นชมความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นทิวทัศน์ริมฝั่งโขงแล้ว นักท่องเที่ยวยังสามารถมองเห็นวัดสำคัญ องค์พระธาตุศรีสัตตนาคราชที่เป็นดังจุดสังเกต (Landmark) ที่เปรียบเสมือนจุดรวมจิตศรัทธาความเชื่อเกี่ยวกับเรื่องพญานาคของชาวไทยและลาว อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญที่มีรูปแบบสถาปัตยกรรมเก่าแก่ และมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานหลายร้อยปีนับตั้งแต่อาณาจักรศรีโคตรบูรณ์ รวมไปถึงยังได้เรียนรู้วิถีวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายในกลุ่มชาติพันธุ์ ที่จังหวัดจัดมีการจัดการพื้นที่แสดงไวบนถนนสวรรค์ชายโขง ณ หมู่บ้านวัฒนธรรม 9 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติ หรือถนนสายวัฒนธรรมเขตเทศบาลเมืองนครพนม โดยที่ชนเผ่าต่าง ๆ มีการนำเสนอขายสินค้าและอาหารท้องถิ่นเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาดถูกสุขอนามัย ความปลอดภัยในกรรมวิธีการทำความสะอาดสร้างสรรค์ในการจัดเมนูความเป็นรสชาติดั้งเดิมแท้ของอาหารชาติพันธุ์ เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติที่ดีและภาพจำในจิตใจ (Mental stimulus processing)

8) โปรแกรมการท่องเที่ยว (Programming) ในการจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำจังหวัดนครพนม โดยเฉพาะการผลิตรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำเพื่อเสนอขายเป็นโปรแกรมให้กับนักท่องเที่ยว พบว่า ยังไม่มีการผลิตรายการนำเที่ยว หรือการรวมกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อเสนอขายเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำแก่นักท่องเที่ยวแต่อย่างใด เป็นเพียงกิจกรรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโดยการล่องเรือสำราญ และมีการบริการและอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวขณะเดินทางท่องเที่ยวบนเรือสำราญเท่านั้น

3. กลยุทธ์การตลาดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ จังหวัดนครพนม

จากการวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม และส่วนประสมการตลาด สามารถนำมากำหนดกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ของจังหวัดนครพนม ได้ดังนี้

1) กลยุทธ์สินค้าและบริการการท่องเที่ยว (Product Strategy) เน้นจุดเด่นที่แตกต่างจากลักษณะกายภาพของจังหวัดที่มีพื้นที่ติดริมฝั่งโขงเป็นแนวยาว สามารถชมทิวทัศน์ของริมฝั่งแม่น้ำโขงได้ทั้ง 2 ฝั่ง ไทย-ลาว ได้แก่

- กลยุทธ์รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำและกีฬาทางน้ำที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้หญิง และกลุ่มคนวัยทำงาน การสร้างกิจกรรมทางน้ำที่เพิ่มความท้าทายกับกลุ่มนักกีฬาแบบไลฟ์ไดโน การเน้นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมและสามารถเลือกรูปแบบกิจกรรมได้เอง

- กลยุทธ์การนำเสนอสินค้าและบริการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เน้นจุดเด่นของจังหวัดที่ติดริมฝั่งโขง และมีวัฒนธรรมชนเผ่าที่หลากหลายผ่านรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจในลักษณะเชิงสร้างสรรค์ การสื่อสารคุณค่าการท่องเที่ยวผ่านการร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ สอดคล้องกับ ปฐมาภรณ์ พงษ์ไพฑูรย์ ชัยพล หอรุ่งเรือง และปริญญ์ ลักษิตามาศ, (2563) ที่กล่าวว่า สินค้าการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์สามารถสร้างการจดจำในสินค้าและเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จได้ในระดับสูง

2) กลยุทธ์การกำหนดราคา (Price Strategy) การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการบริการและความประทับใจกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ และเป็นราคาที่นักท่องเที่ยวยินดีที่จะจ่าย

- กลยุทธ์การตั้งราคาขายแบบรวมรายการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำและที่พักแรมไว้ด้วยกัน

3) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) เน้นการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับบรรยากาศริมฝั่งโขงที่งดงาม พร้อมด้วยเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่าที่หลากหลายที่มีอยู่ในจังหวัด สร้างภาพจำการขอได้รับการบริการจากการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำที่มีคุณภาพน่าประทับใจ ผ่านการสื่อสารที่ทันสมัย สอดคล้องกับ ฤดี เสริมขยุด, (2563) ที่พบว่า การส่งเสริมการตลาดที่ดีจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ในเชิงบวกและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

- กลยุทธ์ส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำรูปแบบพิเศษร่วมกับการจองที่พักแรม
- กลยุทธ์การขายด้วยระบบ E-ticket ที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่นั่ง หรือสิ่งที่ต้องการในระบบและสามารถจ่ายเงินล่วงหน้าก่อนเดินทางมาใช้บริการ
- เพิ่มการส่งเสริมการขายแบบพิเศษสำหรับช่วงวันหยุดและเทศกาลสำคัญจังหวัดนครพนมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มคนวัยทำงาน

4) กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution Strategy) การใช้ช่องทางการเข้าถึงที่ง่าย สะดวกและรวดเร็ว เพื่อสามารถสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างทันเวลา การประยุกต์ใช้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สร้างช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนวัยทำงานได้มากขึ้น เช่นเดียวกับการศึกษาของ สุประภา สมนึกพงษ์

(2560) ที่ระบุว่าการจัดจำหน่ายต้องใช้ช่องทางที่ตรงกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว กำหนดเทศกาลประเพณีท่องเที่ยวสำคัญของเมืองแก่นักท่องเที่ยว

5) กลยุทธ์พนักงานผู้ให้บริการหรือบุคลากร (People Strategy) การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำจังหวัดนครพนม เป็นการจัดกิจกรรมการล่องเรือท่องเที่ยวบนแม่น้ำโขง ชมบรรยากาศของทัศนียภาพของพื้นที่ริมแม่น้ำโขงของฝั่งไทยและฝั่งของสปป.ลาว ซึ่งในขณะที่เรือแล่นจะมีการบรรยายสถานที่ท่องเที่ยวประกอบ และมีบริการจำหน่ายสินค้า โดยใช้พนักงานเป็นผู้ให้สนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง

- พัฒนาการฝึกทักษะและอบรมพนักงานผู้ให้บริการ เพื่อความพึงพอใจในการใช้บริการและส่งเสริมการสร้างประทับใจให้นักท่องเที่ยว

6) กลยุทธ์กระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการ (Process Strategy) เป็นการได้มาซึ่งการบริการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำที่นักท่องเที่ยวต้องการ กระบวนการให้บริการนี้ต้องมีการวางแผนการดำเนินงานที่ง่าย สะดวกรวดเร็วเพื่อการส่งมอบบริการการท่องเที่ยวที่ทันเวลาที่นักท่องเที่ยวต้องการ

- กลยุทธ์การส่งมอบบริการที่ง่ายสะดวกรวดเร็ว และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- สร้างกระบวนการให้บริการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ การตัดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น การรวมขั้นตอนที่ติดขัดซับซ้อนเข้าไว้ด้วยกัน การจัดลำดับขั้นตอนหรือวิธีการใหม่ให้สามารถเข้าถึงและง่ายรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

7) กลยุทธ์ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence Strategy) เน้นการนำเสนอความเป็นเมืองริมน้ำที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย เนียบช้า แต่เต็มไปด้วยสีสันของกิจกรรมของชาวพุทธ และวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ที่เป็นเอกลักษณ์ทั้ง 9 กลุ่มชาติพันธุ์ ทำการปรับปรุงภูมิทัศน์ริมเขื่อนเพื่อการท่องเที่ยว และปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทั้งหมด

8) กลยุทธ์โปรแกรมการท่องเที่ยว (Programming Strategy) การจัดการผลิตรายการนำเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำและสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อนำเสนอขายเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำแก่นักท่องเที่ยว

- สร้างความแตกต่างและความหลากหลายของรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวริมฝั่งโขงใกล้ท่าเทียบเรือเพื่อความสะดวก โดยเน้นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมได้อย่างทั่วถึง

- การจัดกิจกรรมสันถนาการและกีฬาทางน้ำอย่างสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมุ่งเน้นคุณค่าโดดเด่นและมีคุณภาพ

4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก SWOT Analysis

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำจังหวัดนครพนม พบว่า

จุดแข็ง (Strong)

- จังหวัดนครพนมเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ชายฝั่งติดกับแม่น้ำโขงเป็นแนวยาว
- จังหวัดนครพนมมีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลายรูปแบบทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม และกลุ่มชาติพันธุ์
- การท่องเที่ยวในจังหวัด มีรูปแบบการบริการท่องเที่ยวล่องเรือสำราญแม่น้ำโขง
- จังหวัดนครพนมมีวัดและพระธาตุประจำวันเกิดครบในจังหวัดเดียว
- จังหวัดนครพนมมีเขตเมืองเก่าที่ยังคงรูปแบบการก่อสร้างแบบสมัยยุคล่าอาณานิคม
- จังหวัดนครพนมมีท่าเทียบเรือสำราญเพื่อการท่องเที่ยวที่อยู่ตรงข้ามกับท่าเทียบเรือฝั่งลาว

จุดอ่อน (Weakness)

- มีรูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำเพียงกิจกรรมการล่องเรือสำราญแม่น้ำโขง
- ขาดรูปแบบกิจกรรมสันทนาการทางน้ำ และกีฬาทางน้ำอื่นๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยว
- ขาดโปรแกรมและเส้นทางการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัด
- ขาดแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวตามจุดจอดท่าเทียบเรือ
- ท่าเทียบเรือจังหวัดนครพนมยังขาดคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล
- การท่องเที่ยวล่องเรือสำราญแม่น้ำโขงปัจจุบันไม่มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับฝั่งสปป.ลาว

โอกาส (Opportunities)

- แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชาติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำที่โดดเด่นและมีศักยภาพสูง
- นโยบายจังหวัดที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพทางท่องเที่ยวและบริการ
- เป้าหมายการท่องเที่ยวของจังหวัดที่มุ่งพัฒนาให้จังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค

น้ำโขง

- รูปแบบกีฬาทางน้ำที่หลากหลายและได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เช่น SUP เซิร์ฟบอร์ด เวคบอร์ด
- มีสะพานมิตรภาพไทยลาวแห่งที่ 3 ที่สามารถนำพานักท่องเที่ยวชาวจีน เวียดนาม เดินทางท่องเที่ยว

สำราญทางน้ำของไทยได้

- การขึ้นทะเบียนให้พระธาตุพนมเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมแห่งแรกของจังหวัดนครพนม

อุปสรรค (Threats)

- แม่น้ำโขงริมฝั่งจังหวัดนครพนมมีสันดอนทรายบางจุด ที่เรือขนาดใหญ่แล่นผ่านไม่ได้
- ท่าเรือที่อยู่ในจังหวัดนครพนมเป็นท่าเรือเพื่อการขนส่งข้ามฝากของคนไทย-ลาว เท่านั้น
- ขาดโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโขง
- ขาดกฎหมายเกี่ยวกับคนผ่านแดนและคนเข้าเมืองโดยทางเรือสำราญและกีฬาของไทยและลาวที่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวข้ามประเทศโดยการโดยสารทางเรือสำราญด้านจังหวัดนครพนม

- มีข้อจำกัดสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางข้ามแดนซึ่งไม่อนุญาตให้ผ่านแดนโดยทางเรือ
- สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนไป และการสร้างเขื่อนในลุ่มน้ำโขงตอนบน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของปริมาณน้ำในแม่น้ำโขงลดลงอย่างต่อเนื่อง

เมื่อนำมาผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำจังหวัดนครพนมมาวิเคราะห์จับคู่องค์ประกอบทั้งภายในและภายนอก TOWS Matrix ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำจังหวัดนครพนมที่มีประสิทธิภาพได้ ดังนี้

กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก (SO Strategy) ใช้จุดแข็งเปิดโอกาสการแข่งขัน

1. การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโขง เพื่อย้าเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางน้ำในระดับอนุภาคลุ่มน้ำโขงและขยายตลาดสู่ระดับนานาชาติ
2. การส่งเสริมการจัดแสดงสินค้าและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ ใช้เป็นโอกาสเพื่อพัฒนาความหลากหลายทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีศักยภาพสูง
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกับฝั่งสปป.ลาว ใช้เป็นโอกาสเพื่อการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำเชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยลาวสู่ระดับนานาชาติ
4. การจัดเส้นทางล่องเรือสำราญที่สามารถเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวไทยจังหวัดนครพนมกับฝั่งเมืองท่าแขก สปป.ลาว

กลยุทธ์การตลาดปรับภายนอก (ST Strategy) ใช้จุดแข็งเพื่อรับมือกับอุปสรรค

1. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากคนชุมชนริมฝั่งโขง ในรูปแบบการเดินทางขนส่ง กิจกรรมหรือสินค้าของท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว
2. การวางนโยบายและข้อปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำร่วมกันกับฝั่งลาว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน
3. วางแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ
4. บูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนโยบายและข้อปฏิบัติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโขงร่วมกันกับฝั่งลาว

กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO (W-O Strategy) ใช้โอกาสมาพลิกจุดอ่อนเป็นโอกาส

1. จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำ
2. เพิ่มกิจกรรมกีฬาทางน้ำให้มีความหลากหลาย และจัดกิจกรรมการกีฬาทางน้ำเพื่อสุขภาพอย่างสร้างสรรค์
3. วางแผนเพื่อการปรับปรุงท่าเทียบเรือท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานและความปลอดภัย

4. จัดเส้นทางล่องเรือสำราญท่องเที่ยวแม่น้ำโขง ที่สามารถแวะพักบนฝั่งเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวริมฝั่งได้

กลยุทธ์เชิงป้องกัน WT (W-T Strategy)

1. การสำรวจแม่น้ำโขง ร่องน้ำ สัตว์น้ำ และพืชพันธุ์เฉพาะถิ่น
2. การสำรวจและประเมิน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบริเวณใกล้เคียงท่าเทียบเรือ
3. การปรับปรุงและพัฒนาท่าเทียบเรือจังหวัดนครพนมให้มีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล
4. จัดให้มีกลไกหรือกระบวนการคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันกับฝั่งลาว

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยว

สภาพ แวดล้อมภายนอก External Factor สภาพ แวดล้อมภายใน Internal Factor	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	- แผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชาติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ที่โดดเด่นและมีศักยภาพสูง - นโยบายจังหวัดที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพทางท่องเที่ยวและบริการ - เป้าหมายของจังหวัดที่มุ่งพัฒนาให้จังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง - รูปแบบกีฬาทางน้ำที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เช่น SUP เซิร์ฟบอร์ด เวคบอร์ด - สะพานมิตรภาพไทยลาวแห่งที่ 3 ที่สามารถนำพานักท่องเที่ยวชาวจีน เวียดนาม เดินทางท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของไทยได้	- สันดอนทรายบางจุด ที่เรือขนาดใหญ่แล่นผ่านไม่ได้ - ท่าเรือที่อยู่ในจังหวัดเป็นท่าเรือเพื่อการขนส่งข้ามฝากของคนไทย-ลาวเท่านั้น - นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่สามารถใช้บริการเรือข้ามฝาก - ขาดโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโขง - ขาดกฎหมายเกี่ยวกับคนผ่านแดนและคนเข้าเมืองโดยทางเรือสำราญและกีฬาของไทยและลาว - จำกัดสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางข้ามแดนซึ่งไม่อนุญาตให้ผ่านแดนโดยทางเรือ
จุดแข็ง (Strong)	กลยุทธ์ SO (S-O Strategy)	กลยุทธ์ ST(S-T Strategy)
- จังหวัดที่ติดกับแม่น้ำโขงเป็นแนวยาว - เป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายในวิถีวัฒนธรรมและกลุ่มชาติพันธุ์ - มีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ - มีบริการการล่องเรือสำราญท่องเที่ยวแม่น้ำโขง	- ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโขง เพื่อย้าเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางน้ำในระดับอนุภาคกลุ่มน้ำโขงและขยายตลาดสู่ระดับนานาชาติ - การจัดแสดงสินค้าและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อการ	- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากคนชุมชนริมฝั่งโขง ในรูปแบบการเดินทางขนส่ง กิจกรรมหรือสินค้าของท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว - การวางนโยบายและข้อปฏิบัติในการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำร่วมกันกับฝั่งลาว

- มีวัดและพระธาตุประจำวันเกิดครบในจังหวัดเดียว - มีเขตเมืองเก่าที่ยังคงรูปแบบการก่อสร้างแบบสมัยยุคลือนาม - มีท่าเทียบเรือสำราญเพื่อการท่องเที่ยวที่อยู่ตรงข้ามกับท่าเทียบเรือฝั่งลาว	พัฒนาความหลากหลายทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีศักยภาพสูง - การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกับฝั่งสปป.ลาว ใช้เป็นโอกาสเพื่อการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำเชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยลาวสู่ระดับนานาชาติ - การจัดเส้นทางล่องเรือสำราญที่สามารถเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวไทยจังหวัดนครพนมกับฝั่งเมืองท่าแขก สปป.ลาว	- วางแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ - บูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนโยบายและข้อปฏิบัติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโขงร่วมกันกับฝั่งลาว
จุดอ่อน (Weakness) - มีรูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำเพียงกิจกรรมการล่องเรือสำราญแม่น้ำโขง - ขาดรูปแบบกิจกรรมสันทนาการทางน้ำ และกีฬาทางน้ำอื่นๆ เพื่อการท่องเที่ยว - ขาดโปรแกรมและเส้นทางทางการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัด - ขาดแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวตามจุดจอดท่าเทียบเรือ - ท่าเทียบเรือที่ยังขาดคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล - การท่องเที่ยวล่องเรือสำราญแม่น้ำโขงปัจจุบันไม่มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับฝั่งสปป.ลาว	กลยุทธ์ WO (W-O Strategy) - จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำเพิ่มเพื่อเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำ - ส่งเสริมกิจกรรมกีฬาทางน้ำให้หลากหลาย และมีกิจกรรมกีฬาทางน้ำเพื่อสุขภาพอย่างสร้างสรรค์ - วางแผนเพื่อการปรับปรุงท่าเทียบเรือท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานและความปลอดภัย - จัดเส้นทางล่องเรือสำราญท่องเที่ยวแม่น้ำโขงที่สามารถแวะพักบนฝั่งเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวริมฝั่งได้	กลยุทธ์ WT (W-T Strategy) - การสำรวจแม่น้ำโขง ร่องน้ำ สัตว์น้ำ และพืชพันธุ์เฉพาะถิ่น - การสำรวจและประเมิน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบริเวณใกล้เคียงท่าเทียบเรือ - การปรับปรุงและพัฒนาท่าเทียบเรือจังหวัดนครพนมให้มีคุณภาพมาตรฐานในระดับสากล - จัดให้มีกลไกหรือกระบวนการคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันกับฝั่งลาว

บทสรุป

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำจังหวัดนครพนม เพื่อเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ให้ประสบความสำเร็จตามเป้าประสงค์ สิ่งจำเป็นที่ผู้ดำเนินธุรกิจบริการต้องดำเนินการก่อนการผลิตรายการและบริการทางการท่องเที่ยว คือ การรับรู้ถึงสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังหรือความต้องการได้รับจากการรับบริการการท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวที่นำเสนอนี้ เป็นผลของการศึกษาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดเป้าประสงค์การพัฒนา การวิเคราะห์ SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) ทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมภายนอกและ

ภายในที่มีผลต่อธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อการวางแผนการพัฒนาที่สอดคล้องกับความแข็งแกร่งของธุรกิจและโอกาสในตลาด โดยที่ยังสามารถควบคุมจุดอ่อนภายในและรับมือกับอุปสรรคได้ เพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด รวมไปถึงช่วยให้ภาคีสำคัญราบถึงประสิทธิภาพของธุรกิจที่มีอยู่ เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพมาใช้บริการและสร้างรายได้พัฒนาท้องถิ่นและยกคุณภาพชีวิตผู้คนได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

ผลลัพธ์ของกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการศึกษาครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึงกระบวนการในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจากการศึกษาสภาพการณ์การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการในปัจจุบัน และชี้ให้เห็นถึงการวิเคราะห์ร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม ด้วยเหตุนี้การนำกลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวไปใช้จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและความรับผิดชอบของหน่วยงานเพื่อการวางแผนเชิงปฏิบัติการ และการประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดร่วมกัน

แนวทางการดำเนินงานตามกลยุทธ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำของจังหวัดนครพนม

องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครพนม ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) สำนักงานนครพนม ควรใช้การดำเนินกลยุทธ์การตลาดด้วยการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโขงในระดับนานาชาติ สรรวจและประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบริเวณใกล้เคียงทำเทียบเรือส่งเสริมการจัดแสดงสินค้าและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์วัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกับฝั่งสปป.ลาว โดยบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนโยบายและข้อปฏิบัติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำโขงร่วมกันกับฝั่งลาว รวมไปถึงการจัดให้มีกลไกหรือกระบวนการคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน ประกอบกับการดำเนินกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่เน้นการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำราญทางน้ำที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับบรรยากาศริมฝั่งโขงที่งดงาม พร้อมด้วยเรียนรู้วัฒนธรรมชนเผ่าที่หลากหลายที่มีอยู่ในจังหวัด และใช้กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงง่าย สะดวกและรวดเร็ว สามารถสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

หอการค้าจังหวัดนครพนม สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ผู้ประกอบการเรือสำราญ ผู้ประกอบการบริษัททัวร์ ควรใช้การดำเนินกลยุทธ์การตลาดด้วยการจัดเส้นทางล่องเรือสำราญท่องเที่ยวแม่น้ำโขง เพิ่มความหลากหลายของกิจกรรม

ท่องเที่ยวทางน้ำ และจัดกิจกรรมการกีฬาทางน้ำเพื่อสุขภาพอย่างสร้างสรรค์ พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำเชื่อมโยงที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวไทยจังหวัดนครพนมกับฝั่งเมืองท่าแขก สปป.ลาว ด้วยการดำเนินกลยุทธ์สินค้าและบริการการท่องเที่ยว ที่เน้นจุดเด่นที่แตกต่างจากลักษณะกายภาพของจังหวัดที่มีพื้นที่ติดริมฝั่งโขงเป็นแนวยาว สามารถชมทิวทัศน์ของริมฝั่งแม่น้ำโขงได้ทั้ง 2 ฝั่ง ไทย-ลาว การดำเนินกลยุทธ์การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการบริการ การใช้กลยุทธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำและสถานที่ท่องเที่ยวริมฝั่งโขงใกล้เคียงทำเทียบเรือเพื่อความสะดวก โดยเน้นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมได้อย่างทั่วถึง และดำเนินกลยุทธ์พนักงานผู้ให้บริการที่มีทักษะการบริการที่น่าพึงพอใจ และกลยุทธ์กระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำที่นักท่องเที่ยวต้องการที่ประกอบด้วยขั้นตอนที่ง่ายสะดวกรวดเร็ว และสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

กรมเจ้าท่า ฝั่งเมืองจังหวัดนครพนม ควรใช้การดำเนินกลยุทธ์การตลาดด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ ปรับปรุงท่าเทียบเรือท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานและความปลอดภัยในระดับสากล เพิ่มการสำรวจแม่น้ำโขง ร่องน้ำ สัตว์น้ำ และพืชพันธุ์เฉพาะถิ่น รวมถึงการวางนโยบายและข้อปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำร่วมกันกับฝั่งลาว ประกอบกับการดำเนินกลยุทธ์ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ นำเสนอความเป็นเมืองท่องเที่ยวริมน้ำโขงที่มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีภูมิทัศน์ริมเขื่อนที่สวยงาม มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของ โครงการวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ 2 ฝั่งโขง เพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย กรณีศึกษาจังหวัดนครพนม ผลงานนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากการวิจัยแผนงานวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

เอกสารอ้างอิง/References

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570)*. สืบค้นจาก http://article_20230418122435.pdf (mots.go.th).
- ประจวบ จันทน์หมื่น. (2565). การบูรณาการแผนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สังคมและวัฒนธรรม ในพื้นที่ลุ่มน้ำโขงไทย-ลาว จังหวัดนครพนมถึงจังหวัดอุบลราชธานีและแขวงคำม่วนถึงแขวงจำปาสัก. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยนครพนม*. 12(1), 82-95.
- ปฐมาภรณ์ พงษ์ไพบูลย์ ชัยพล หอรุ่งเรือง และปริญญ์ ลักขิตามาศ. (2563). รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการพัฒนาโครงสร้างสินค้าของที่ระลึกสำหรับการท่องเที่ยวไทย ในมุมมองนักท่องเที่ยวต่างชาติอาเซียน. *Academic Journal of Thailand National Sports University*. 12(3), 58-71.

- มนตรี คำวัน และ คู่บุญ จารุมณี. (2560). โอกาสและความท้าทายของการพัฒนานครพนมเป็นเมืองท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำโขง. *วารสารการเมืองการปกครอง*. 7(3), 163-178.
- ฤดี เสริมชยุต. (2563). กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*. 2(4), 51-61.
- ศิวธิดา ภูมิวรณีย์. (2561). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม, (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต, สาขาการจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยพะเยา).
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครพนม. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม. สืบค้นจาก http://www.nakhonphanom.mots.go.th/graph_views.php?graph_id=41.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). โครงการจัดทำข้อมูลตามตัวชี้วัด ตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2561 – 2580). สืบค้นจาก http://www.article_20220222135024.pdf (mots.go.th).
- สุประภา สมนักพงษ์. (2560). แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*. 10(3), 2055-2068.
- Abbas, E. W. (2021). Portrait of Tourism Based on River Tourism in Banjarmasin. *The Kalimantan Social Studies Journal*. 3(1), 18-26.
- Dolnicar, S. & Ring, A. (2014). Tourism Marketing Research - Past, Present and Future. *Annals of Tourism Research*. 47, 31-47.
- Fachrudin H. T., & Lubis M.D. (2016). Planning for Riverside Area as Water Tourism Destination to Improve Quality of Life Local Residents, Case Study: Batuan–Sikambing River, Medan, Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 234, 434-441.
- Goeldner, J. R. & Ritchie, B. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. 12th ed. Hoboken, N.J.: JOHN WILEY & SONS.
- Kotler, P. T. & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. 15thed. Harlow, UK: Pearson.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. & Baloglu, S. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 7th ed. Malaysia: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., & Saunders, J. (2008). *Principles of Marketing*. Prentice Hall, London.
- Łapko, A., & Panasiuk, A. (2019). Water tourism as a recipient of transport services on the example of Szczecin. *Transportation Research Procedia*. 39, 290-299.
- Misiura, S. (2006). *Heritage Marketing*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Morrison, A. M. (2019). *Marketing and Managing Tourism Destination*. 2nd ed. New York: Routledge.
- The American Marketing Association. (2017). *Definitions of Marketing*. Retrieved from <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing>.
- Van Balen, M., Dooms, M., & Haezendonck, E. (2014). River Tourism Development: The Case of the Port of Brussels. *Research in Transportation Business & Management*. 13, 71-79.
- Victor T. C. Middleton, A. F. (2009). *Marketing in travel and tourism*. 4th ed. Jordan Hill, Oxford: Routledge.
- Weaver, D. & Lawton, L. (2010). *Tourism Management*. 4th ed. Milton Qld: John Wiley & Sons, Australia.

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร Tourism Logistics Management Strategies for Museums in Bangkok

คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา

Komsit Kianwatana

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University

E-mail : Komsit.kwn@gmail.com

Date Received : 11 January 2024 Date Revised : 22 August 2024

Date Accepted : 22 August 2024 Date Published online : 27 September 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก รวมทั้งสิ้น จำนวน 90 คน ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 60 คน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดผู้ให้ข้อมูลหลักแบบโควตาและการเลือกแบบเจาะจง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ผลการวิจัย พบว่า ปัญหาหลักของปัญหาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 3 ปัญหา ได้แก่ ปัญหาด้านการคมนาคมขนส่ง ปัญหานักท่องเที่ยวหนาแน่น และปัญหาทางด้านการสื่อความหมาย สำหรับกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร ด้วยโมเดล E-V-R ประกอบด้วย 10 กลยุทธ์ ได้แก่ การพัฒนาและส่งเสริมสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้นและมีคุณภาพมากขึ้น การสร้างคุณค่าและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยว การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ การบริหารจัดการด้านภาษา การประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ากับเทคโนโลยีเดิม การส่งเสริมคุณค่าของสิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ การพัฒนาเจ้าหน้าที่ด้านทักษะการสื่อสาร การพัฒนาเจ้าหน้าที่ด้านการรองรับและดูแลนักท่องเที่ยว และการตรวจสอบและควบคุม

คำสำคัญ : กลยุทธ์ โลจิสติกส์ท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์ ไข่อคุณค่า

Abstract

This study investigates tourism logistics challenges faced by museums in Bangkok and analyzes corresponding management strategies. A purposive sampling approach identified 90 key informants: 60 Thai tourists and 30 individuals from tourism businesses or related entities. Semi-structured interviews were conducted to collect qualitative data, which was then analyzed using content analysis and data triangulation. The research identified three key tourism logistics challenges in Bangkok museums: transportation issues, visitor overcrowding, and communication problems. The E-V-R model was employed to analyze tourism logistics management strategies. Ten key strategies emerged, including: the enhancement and promotion of existing offerings to achieve superior quality, the creation of value accompanied by effective publicity targeting tourists, the improvement of public transportation services, the elimination of language barriers, the dissemination of museum-related information, the incorporation of modern technology to augment outdated methods, the amplification of the value attributed to exhibits within the museum, the refinement of staff communication proficiencies, the development of personnel in roles focused on accommodating and tending to tourists, and the establishment of rigorous inspection and control measures.

Keywords: Strategies, Tourism Logistics, Museums, Value chain.

บทนำ

การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันมีความสำคัญมาก เนื่องจากมีผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว และระบบนิเวศท่องเที่ยวโดยรวม การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีขึ้น ตั้งแต่การจองบัตร การเดินทาง การเยี่ยมชม จนถึงภายหลังการเดินทางท่องเที่ยว การบริหารจัดการในทุกขั้นตอนทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและรู้สึกปลอดภัย อีกทั้งการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพช่วยลดการสูญเสียและเสริมสร้างกำไรในธุรกิจท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงการจัดส่งสินค้า การบริการ และการทำงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ กล่าวได้ว่าการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยจัดระบบการเดินทางจากที่หนึ่งไปสู่ที่หนึ่งได้ตามที่วางแผนไว้ เริ่มตั้งแต่การขนส่ง สัมภาระ สิ่งของ การให้ข้อมูลข่าวสารซึ่งถือว่าการประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อทำให้การไหลของนักท่องเที่ยวจากต้นทางไปสู่ปลายทางที่ลดความข้อผิดพลาดให้น้อยที่สุดและได้รับความพึงพอใจในระดับสูงสุด (นิตยา มณีวงศ์, 2566)

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการยกระดับมาตรฐานโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในภาคอุตสาหกรรมบริการให้ได้มาตรฐานสากลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันดังได้บรรจุ

การจัดการโลจิสติกส์ไว้เป็นหนึ่งในแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570 สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) ในประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) หมายเหตุที่ 5 ไทยเป็นประตูการค้าการลงทุนและยุทธศาสตร์ทางโลจิสติกส์ที่สำคัญของภูมิภาค เป้าหมายหลัก ปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรมและเปลี่ยนผ่านไปสู่ความยั่งยืน โดยทำให้ประเทศมีระบบนิเวศที่สนับสนุนการค้าการลงทุนสามารถเป็นฐานการค้าการลงทุนที่สำคัญของภูมิภาค พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงไทย เชื่อมโลกมุ่งเน้นเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมและโลจิสติกส์อย่างไร รอยต่อ เพิ่มโอกาสผู้ประกอบการไทยให้เชื่อมโยงกับห่วงโซ่มูลค่าระดับภูมิภาคและระดับโลก ยกกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและสร้างสังคมคาร์บอนต่ำ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการจัดการที่สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย พิพิธภัณฑ์ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่รวบรวมหรือจัดแสดงหลักฐานทางโบราณวัตถุ สิ่งของเครื่องใช้ วัตถุทางวัฒนธรรม รวมทั้งความรู้ภูมิปัญญา เรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาของวัฒนธรรม การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและการจัดการพิพิธภัณฑ์มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด การทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพของทั้งสองฝ่ายสามารถส่งผลดีต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และภาพลักษณ์ของกรุงเทพฯ ในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดการระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวกับพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ จึงถือเป็นสิ่งสำคัญตามนโยบายของรัฐบาล โดยหากมีการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) ของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ คือ การจัดการขั้นตอนการบริการที่ต้องต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านเวลา ต้นทุน และเกิดความพึงพอใจสูงสุดซึ่งการจัดการห่วงโซ่มูลค่า คือ การจัดการโลจิสติกส์ (สุภัสสรา ปัญญารัฐโรจน์, 2561) การจัดการระบบโลจิสติกส์การเดินทางกับพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเยี่ยมชมที่ราบรื่น การจัดการเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ การเข้าถึงนิทรรศการพิเศษเฉพาะ และการสนับสนุนการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม

ด้วยความสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวที่ได้กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงประโยชน์และความสำคัญของพิพิธภัณฑ์ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมและศิลปะต่าง ๆ ตลอดจนเป็นแหล่งเรียนรู้ของประชาชนและเยาวชนของประเทศ ดังนั้นการวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์และออกแบบกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานครเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการ ตั้งแต่การจัดแสดง การบริการ การบริหารทรัพยากร และการทำงานของพนักงาน อีกทั้งการใช้กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพช่วยให้พิพิธภัณฑ์สร้างชื่อเสียงที่ดี และทำให้มีการตลาดที่แข็งแกร่ง การสร้างแบรนด์และการตลาดที่ดีช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของพิพิธภัณฑ์ในตลาดต่อไป

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยช่วงอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานครอย่างน้อย 1 แห่ง จาก 6 แห่ง ได้แก่ นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร มิวเซียมสยาม ท้องฟ้าจำลองกรุงเทพ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และซีไลฟ์แบงค็อกโอเชียนเวิลด์ โดยพิพิธภัณฑ์ทั้ง 6 แห่งที่ได้รับความนิยมในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ เป็นตัวแทนพิพิธภัณฑ์ทั้ง 6 ประเภท (จิรา จงกล, 2521) ในช่วงวันที่ 21 สิงหาคม 2566 ถึง 19 พฤศจิกายน 2566 โดยมุ่งเน้นศึกษาตามทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (Porter, 1985) ที่กล่าวถึงกระบวนการผลิตสามารถสร้างคุณค่า (Value) ให้กับองค์กรซึ่งจะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยประกอบด้วยกิจกรรมหลัก ได้แก่ การนำเข้า การดำเนินการหรือผลิต การส่งออกการตลาดและการขาย และการบริการ กิจกรรมรอง ได้แก่ การจัดหาและการจัดซื้อวัตถุดิบ การพัฒนาเทคโนโลยี การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และโครงสร้างองค์กร อีกประการหนึ่ง คือ โมเดล E-V-R (Environment-Values-Resources) (Thompson & Martin, 2010) ที่แสดงถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมคุณค่าและทรัพยากรในองค์กร โดยกล่าวถึงปัจจัยสำคัญ 3 ประเด็น ได้แก่ สมรรถนะและความสามารถในการสร้างคุณค่า และหน้าต่างแห่งโอกาส

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยช่วงอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่เดินทางท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานครอย่างน้อย 1 แห่ง จาก 6 แห่งที่เป็นตัวแทนของพิพิธภัณฑ์ในแต่ละประเภท ได้แก่ นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนคร มิวเซียมสยาม ท้องฟ้าจำลองกรุงเทพ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และซีไลฟ์แบงค็อกโอเชียนเวิลด์
2. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การทำงาน อย่างน้อย 3 ปี

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) คือ กำหนดสัดส่วนของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำแนกตามการแบ่งพื้นที่พิพิธภัณฑ์

จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนพิพิธภัณฑสถาน 10 คน รวม 60 คน และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานคร จำนวนพิพิธภัณฑสถาน 5 คน รวม 30 คน ดังนั้นผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 90 คน

เครื่องมือวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีเครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานคร โดยมีประเด็นสำคัญ 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ กิจกรรมหลักและกิจกรรมรองตามแนวคิดตามทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า (Porter, 1985)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เพื่อเป็นข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทั้งนี้ได้ทำการคัดเลือกและสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละโซนโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Method) โดยมีเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพฯ ที่มีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อย 3 ปี และเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling Method) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ยินดีให้ข้อมูลการวิจัย โดยมีหัวข้อหลักในการสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 2 กลุ่ม ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักแบบบุคคลต่อบุคคล (Individual Interview) คนละ 20-30 นาที ทั้งนี้ เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้รับ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อเป็นการพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่มาต่าง ๆ โดยพิจารณาแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่จะเหมือนกันหรือไม่ และถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูล เปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ (Cheawjindakarn, 2018) ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่พิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพฯ 6 แห่ง ได้แก่ นิทรรศน์รัตนโกสินทร์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพระนคร มิวเซียมสยาม ห้องฟ้าจำลองกรุงเทพหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และซีไลฟ์แบงค็อกโอเชียนเวิลด์ ในช่วงวันที่ 21 สิงหาคม 2566 ถึง 19 พฤศจิกายน 2566

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยการตีความแบบนามธรรมของข้อมูลผ่านกระบวนการจำแนกและจัดระเบียบข้อมูลที่เป็นระบบด้วยการลงรหัส (Coding) และการกำหนดหัวข้อหลัก (Themes) หรือแบบแผน (Patterns) จากนั้นจึงสรุปผลการศึกษา (Hsieh & Shannon, 2005) หลังจากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์นี้มาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑสถานในกรุงเทพมหานครด้วยโมเดล E-V-R (Environment-Values-Resources) ซึ่งเป็นตัวกำหนดทิศทางของกลยุทธ์ จากนั้นทำการ

กำหนดกลยุทธ์โดยการนำองค์ประกอบกลยุทธ์มาวิเคราะห์หาความสอดคล้องเพื่อกำหนดกลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ปัญหาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยสรุปประเด็นปัญหาการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. **ปัญหาด้านการคมนาคมขนส่ง** การเดินทางไปยังพิพิธภัณฑ์แต่ละพื้นที่ในกรุงเทพมหานครนั้นมีความซับซ้อนและความยากลำบาก เนื่องจากระบบการเดินทางสาธารณะในรูปแบบต่าง ๆ ยังไม่มีการเชื่อมต่อกัน ทำให้ไม่สามารถเดินทางได้สะดวก อีกทั้งในบางพื้นที่การคมนาคมขนส่งสาธารณะบางชนิดไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่นั้นได้ทำให้เกิดความยากลำบากต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปยังพิพิธภัณฑ์นั้นหากไม่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวจะเกิดปัญหาในเรื่องของการเข้าถึงสถานที่ได้โดยตรง เนื่องจากการเดินทางด้วยรถสาธารณะนั้นอยู่ห่างจากพิพิธภัณฑ์และไม่เข้าถึงพิพิธภัณฑ์โดยตรงทำให้ต้องมีการเดินหรือเกิดการเดินทางหลายต่อ ทั้งนี้อาจสร้างความเหนื่อยล้าและผลกระทบให้แก่นักท่องเที่ยวได้

2. **ปัญหานักท่องเที่ยวหนาแน่น** เนื่องจากพิพิธภัณฑ์นั้นเป็นสถานที่ที่สามารถเข้าชมได้ในทุกช่วงอายุ ทำให้ทั้งนักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ปัญหานี้มักจะเกิดขึ้นในวันเสาร์อาทิตย์ และวันธรรมดาในบางวัน หากมีการจัดการที่ไม่ดีพอก็ทำให้ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวพร้อมกันได้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางส่วนต้องรอเป็นระยะเวลานาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่เพียงพอที่จะรองรับการให้บริการแก่ผู้ที่มาใช้บริการได้

3. **ปัญหาทางด้านการสื่อความหมาย** ข้อมูล สื่อ คำอธิบายต่าง ๆ ในพิพิธภัณฑ์ไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร เช่น การแปลภาษา ป้ายบอกทางที่ไม่ชัดเจน รวมถึงสื่อในการบรรยายมีเพียงแค่ภาษาไทยเท่านั้น ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาชมและฟังการบรรยายไม่เข้าใจในสิ่งที่สื่อการเรียนรู้กำลังนำเสนอ นอกจากนี้ข้อมูลสื่อทางออนไลน์ พิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่มีเว็บไซต์ที่มีความพร้อมที่คอยให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมแต่ขาดการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยที่สม่ำเสมอ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวอาจไม่ได้รับข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง

4. **ปัญหาพื้นที่ในการมีส่วนร่วม และพื้นที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว** พิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่มักมีพื้นที่สำหรับอำนวยความสะดวกในเรื่องของร้านอาหารและเครื่องดื่มรวมถึงที่นั่งสำหรับพักผ่อนที่ค่อนข้างน้อย ทำให้ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวหรือผู้มาใช้บริการที่มาพร้อมกันเป็นจำนวนมากได้ รวมทั้งพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่จะไม่มีกิจกรรมที่หลากหลายและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวซ้ำได้ รวมถึงในบางพิพิธภัณฑ์มีพื้นที่ค่อนข้างที่จะแคบทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่ในการจัดแสดง

จากข้อมูลประเด็นหลักที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยทฤษฎีโซ่คุณค่าโดยมุ่งเน้นกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน ดังนี้

1. กิจกรรมหลัก (Primary Activities) จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น บางปัญหาที่เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้โดยตรง แต่บางปัญหานั้นต้องแก้ไขมาตั้งแต่จุดเริ่มต้น โดยแก้ไขปัญหาดังกล่าวต่าง ๆ ผ่านทฤษฎีโซ่คุณค่า ที่มุ่งเน้นกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาด การขนส่งสินค้าและการบริการไปสู่ผู้บริโภค โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การนำเข้า (Inbound Logistics) พิพิธภัณฑสถานควรมีการศึกษาความต้องการของลูกค้าและนำข้อมูลต่าง ๆ มาพัฒนาและปรับให้ตรงตามความต้องการลูกค้า ดังนี้

- มีการพัฒนาและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในพิพิธภัณฑสถาน ที่มีความพร้อมที่จะสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดสร้างโลกเสมือนจริงให้อยู่ในพิพิธภัณฑสถาน การนำ AI เข้ามาช่วยในการนำเสนอสื่อและสามารถแปลภาษาได้หลากหลายภาษา อีกทั้งมีการนำเข้าผลงานทางศิลปะที่หลากหลายรูปแบบ เช่น ภาพวาด ภาพเขียน ดนตรี การแสดง โชว์ การทำภาพ 3 มิติ เพื่อเป็นการดึงดูดและสร้างความแปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยว

- มีการมุ่งเน้นการจัดหาสินค้าและบริการเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการมาพิพิธภัณฑสถาน เช่น การจัดสร้างรถรางขนส่งจากพิพิธภัณฑสถานขึ้นส่งหลักบริเวณใกล้เคียง อีกทั้งเพิ่มโซนอาหาร ที่นั่ง ตู้กดอาหาร

- มีการรับวัฒนธรรมหรือผลงานศิลปะอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายเข้ามาจัดนำเสนอในพิพิธภัณฑสถาน

1.2 การดำเนินการ (Operations)

ภายในองค์กรควรที่จะมีการทำงานที่มีความเชื่อมโยงกันในการทำงาน เพื่อลดในเรื่องของการทำงานที่สูญเปล่า ไม่สอดคล้องกัน รวมถึงในการทำงานควรที่จะมีความยืดหยุ่น แต่ควรที่จะมีการพัฒนาและกำหนดไว้เพื่อให้สินค้าหรือบริการที่ออกมานั้น สามารถส่งต่อไปยังลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- ภายในองค์กรทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ท่องเที่ยวและพิพิธภัณฑสถานควรมีการทำงานที่เชื่อมโยงกันในหน่วยงานของตนเอง มีการจัดประชุม เพื่อที่จะให้สินค้าหรือบริการที่จะนำเสนอออกมาได้อย่างดีที่สุดและไม่เกิดข้อผิดพลาด เช่น การจัดประชุมในเรื่องของการวางแผนการจัดรถราง รวมถึงการประชุมเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการขนส่ง

- มีการมุ่งเน้นในเรื่องของการแปรรูป สินค้า รวมถึงผลิตสินค้าที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ รวมถึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับสถานที่ เช่น การทำพวงกุญแจ รวมถึงการทำของที่ระลึก

- มีการออกแบบ และผลิตกิจกรรมรูปแบบใหม่ ผ่านอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยการผสมผสานกับการเรียนรู้วัฒนธรรม ผลงานศิลปะในพิพิธภัณฑสถาน เพื่อที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นการสร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำได้ ซึ่งจะเป็นการสร้างความตื่นเต้นให้กับนักท่องเที่ยวนอกเหนือจากแค่การเข้ามาชม เช่น การสวมแว่น VR เพื่อให้ได้เข้าไปลองสัมผัสกับโลกเสมือนจริง

- มีการจัดการวางแผนการบริหารความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง รวมถึงการบริการในพิพิธภัณฑ์ ในเรื่องของการรับมือกับปัญหาหน้างาน
- มีการจัดเตรียม ข้อตกลงกับพันธมิตร ในเรื่องของการจัดการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริการ รวมถึงนักการตลาด เพื่อที่จะสามารถเข้ามาช่วยเหลือในเรื่องของการออกแบบ ผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างถูกต้อง ตามความต้องการเพื่อให้สินค้าและบริการสามารถตอบโจทย์แก่ผู้ใช้บริการได้มากที่สุด

1.3 การส่งออก (Outbound Logistics)

การบริการสินค้าและบริการสู่ลูกค้าที่ควรที่จะบริการสู่ผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการ ได้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- ในเรื่องของระบบโลจิสติกส์การขนส่งนักท่องเที่ยวควรมีการจัดเวลาในการมาของรถและรอบรถอย่างชัดเจนเพื่อให้สามารถบริการผู้ใช้บริการได้อย่างง่ายและชัดเจน รวมถึงมีความรวดเร็ว และตรงต่อเวลาในการบริการ
- มีการบริการที่มีเอกลักษณ์แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการอย่างทั่วถึง รวมถึงการแนะนำนักท่องเที่ยวในเรื่องของการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่นำเข้ามาประยุกต์ใช้ทางด้านประวัติศาสตร์ และผลงานศิลปะ อีกทั้งในเรื่องของการจัดการเวลา และรอบในการเข้าชมในพิพิธภัณฑ์ที่ควรมีการจัดอย่างเหมาะสมและตรงต่อเวลา เพื่อให้ผู้ใช้บริการไม่ต้องมีการรอเป็นระยะเวลานาน ทั้งยังเป็นการช่วยลดความหนาแน่นของผู้คนได้อีกด้วย

1.4 การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

การทำการตลาด รวมถึงการจูงใจและชักจูงลูกค้า ถือเป็นส่วนที่มีความสำคัญอีกส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการ และได้รู้จักกับสินค้าและบริการที่จัดขึ้นได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น ดังนี้

- มีการจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีช่องทางหลากหลายเพื่อเป็นการกระจายข้อมูลผ่านเข้าสู่ลูกค้าได้อย่างทั่วถึง รวมถึงการอัปเดตข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของทางพิพิธภัณฑ์ให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เช่น ผ่านทางช่องทาง Tiktok Instagram ผ่านทางสื่อต่าง ๆ มีช่องทางการสอบถาม การตอบคำถามที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้ข้อมูลของพิพิธภัณฑ์ได้อย่างทั่วถึง
- มีการจัดทำเว็บไซต์ที่สามารถเชื่อมโยงกันระหว่างพิพิธภัณฑ์กับการขนส่ง เช่น เว็บไซต์ที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ทั้งพิพิธภัณฑ์และสามารถเชื่อมโยงไปสู่รูปแบบการเดินทางได้ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงรูปแบบ ขั้นตอนการเดินทางให้นักท่องเที่ยวได้เลือก ได้อย่างสะดวกและง่ายมากยิ่งขึ้น
- มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายทั้งหน้าร้านและออนไลน์ รวมถึงมีการจับมือ หรือทำข้อตกลงกับทางขนส่งสาธารณะต่าง ๆ ให้ช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการมาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ การจัดทำโปรโมชั่นร่วมกันสามารถได้ประโยชน์กันทั้ง 2 ฝ่าย เช่น จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ผ่านการขนส่งสาธารณะ โดยจะมีการลดราคา หรือการจัดให้มีสิทธิพิเศษอื่น ๆ เพิ่มเติม

1.5 การบริการ (Services)

การจัดการบริการทั้งสินค้าและบริการของพิพิธภัณฑ์นั้นจำเป็นที่จะต้องมีการบริการให้นักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทั้งหมด ทั้งก่อนบริการ ระหว่างบริการ และหลังการบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการมาใช้บริการให้มากที่สุด ดังนี้

- มีการจัดแบ่งเจ้าหน้าที่ประจำจุดต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูล บริการและคอยแนะนำเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ และการใช้รถสาธารณะให้นักท่องเที่ยวได้ รวมถึงป้องกันการขึ้นรถผิดสายและการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว
- พนักงานและเจ้าหน้าที่ที่มีการจัดการบริการที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีการให้เกียรติลูกค้าหรือผู้ใช้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน รวมถึงพนักงานและเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ได้อย่างหลากหลาย ถูกต้อง อีกทั้งมีความสามารถในการใช้ภาษาที่สามารถ คอยให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อีกด้วย
- พนักงานและเจ้าหน้าที่สามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงคอยจัดสรรผู้เข้ามาใช้บริการ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยว เพื่อลดปัญหาในการใช้บริการ
- จัดทำแบบสอบถาม แบบประเมินหลังเข้าใช้บริการ สอบถามถึงความพึงพอใจ ข้อเสนอแนะ เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้กับพิพิธภัณฑ์ รวมถึงการดำเนินการจัดการการเดินทางของการขนส่งสาธารณะในอนาคต

จากกิจกรรมหลักที่กล่าวมาข้างต้น จะสามารถทำงานผสมกันได้ดีมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดประโยชน์และทำงานได้ดีขึ้นจึงจะต้องคอยอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม ดังนี้

1. การจัดหา (Procurement)

- มีการจัดตกลงทำสัญญาระหว่างพันธมิตร เพื่อที่จะช่วยให้งานประสานงาน มีการประสานงานกับภาครัฐและเอกชน ให้เข้ามาช่วยดูในเรื่องของการขนส่ง และจัดระเบียบในการใช้รถสาธารณะ ให้มีความเป็นระบบมากยิ่งขึ้น รวมถึงประสานงานกับกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยว เพื่อที่จะเข้ามาช่วยในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเข้ามาดูแล รักษาผลงานในพิพิธภัณฑ์
- มีการต่อรองกับซัพพลายเออร์ในเรื่องของการนำสิ่งของอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เข้ามาใช้ในพิพิธภัณฑ์ เช่น น้ำดื่ม กระดาษชำระ แก้วน้ำสำรอง รวมถึงการนำเข้าเครื่องแปลภาษาที่จะช่วยอธิบาย และสามารถแปลได้หลายภาษา

2. การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development)

- มีการจัดทำระบบฐานข้อมูลในเว็บไซต์ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลภายในพิพิธภัณฑ์ที่เป็นปัจจุบัน และมีความทันสมัยอยู่เสมอ
- มีการประยุกต์รูปแบบการนำเสนอที่เป็นปัจจุบันมากยิ่งขึ้น โดยการนำเสนอผ่านสมาร์ทโฟน เช่น การสแกน QR CODE เพื่อศึกษาข้อมูล และสามารถแปลเนื้อหาบรรยายได้หลากหลายภาษาเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

- มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการนำเสนอ เช่น การทำภาพ 3 มิติ การทำห้องจำลอง 360 องศา รวมถึงการนำเข้าเครื่องมือที่จะช่วยในเรื่องของการจัดลำดับคิวในการเข้าห้องชมพิพิธภัณฑ์เพื่อลดความแออัดในการเข้าชมพร้อมกัน
- มีการทำเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ รวมถึงวิธีการเดินทางเพื่อให้สามารถหาข้อมูลพิพิธภัณฑ์ รวมถึงขั้นตอนในการเดินทางที่ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้นโดยจะต้องมีการอัปเดตข้อมูลที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Management)

- ในการบริหารจัดการทรัพยากร ตั้งแต่การคัดเลือกพนักงาน ควรคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ เรียนรู้งานได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ควรที่จะมีการพัฒนาให้พนักงานสามารถพูดภาษาอังกฤษหรือภาษาที่ 3 ได้ เพื่อที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งพนักงานจะต้องมีความรู้ในเรื่องของชิ้นงานในพิพิธภัณฑ์เพื่อที่จะสามารถ บรรยาย ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ
- จะต้องมีการจัดอบรมพนักงานทั้งพนักงานเก่าและพนักงานใหม่อยู่เสมอเพื่อที่จะสามารถพัฒนาให้พนักงานนั้นรู้งานได้ทั่วทั้งระบบ และสามารถดำเนินงานออกมาได้ดีขึ้น อีกทั้งยังต้องมีการติดตามและประเมินผลพนักงานอยู่เสมอ เช่น การอบรมพนักงานในเรื่องของการบริการ

4. โครงสร้างองค์กร (Firm Infrastructure)

- การจัดการโครงสร้างขององค์กรมีบทบาทสำคัญในการบริหารพิพิธภัณฑ์โดยจะต้องมีการบริหารองค์กรภายในให้มีระบบเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและให้สามารถทำงานร่วมกันได้ในทุก ๆ ฝ่าย เช่น การบริหารการเงินและบัญชี การวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบรวมถึงมีการจัดการเรื่องของภาษีขององค์กรให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยเพื่อให้ในการทำงานสามารถทำงานออกมาได้อย่างดีที่สุดจึงจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับส่วนนี้เป็นอย่างมาก
- การจัดสรรระยะเวลาการทำงานของพิพิธภัณฑ์เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่และออกมาดีที่สุดจึงจำเป็นที่จะต้องมีการลดระยะเวลาให้เหมาะสมกับการทำงานโดยไม่ควรที่จะมีการทำงานที่เป็นระยะเวลานาน หรือให้พนักงานทำงานล่วงเวลามากจนเกินไป

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานครด้วยโมเดล E-V-R

ผู้วิจัยนำผลการวิจัยตอนที่ 1 มาวิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานครด้วยโมเดล E-V-R (Environment-values-resources) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร

สมรรถนะและความสามารถ (R)	หน้าต่างแห่งโอกาส (E)	การสร้างคุณค่า (V)
R1 ที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ กระจายอยู่ทั่วกรุงเทพมหานคร และเป็นจุดที่ได้รับความนิยมสูง การคมนาคมขนส่งหลากหลาย	E1 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษา วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และ ระบบนิเวศทางทะเลเป็นรูปแบบ การท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน	V1 พิพิธภัณฑ์มีความโดดเด่นทาง เอกลักษณ์ ทั้งด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม
R2 พิพิธภัณฑ์เปรียบเสมือน แหล่งเรียนรู้ที่มอบทั้งความรู้ และประสบการณ์ให้แก่ผู้เข้าชม	E2 กรุงเทพมหานครมีโครงสร้าง พื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกค่อนข้างครบครัน	V2 พิพิธภัณฑ์ ได้รับการรับรอง มาตรฐานทั้งไทยและสากลที่ แตกต่างกันไป เช่น Museum Thailand Award, SHA และ SHA+
R3 สิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ ล้วนมีคุณค่า มีเรื่องราว และ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพิพิธภัณฑ์	E3 พิพิธภัณฑ์โดดเด่นในด้าน ภูมิทัศน์ทั้งภายในและภายนอก พิพิธภัณฑ์ที่แตกต่างกันไปตาม การออกแบบและสภาพแวดล้อม โดยรอบ	V3 พิพิธภัณฑ์มีความพร้อมในการ รองรับและให้บริการด้านการ ท่องเที่ยว แก่ผู้เข้าชม ตาม มาตรฐานทั้งไทยและสากล
R4 เจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์มี ความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับ สิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์	E4 เทคโนโลยีที่นำมาผสมผสาน ในการจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ มีความทันสมัยและตอบสนอง ความต้องการด้านการใช้งานได้ เป็นอย่างดี	V4 พิพิธภัณฑ์มีการประชาสัมพันธ์ ผ่านหลากหลายช่องทาง เพื่อ สะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะ พิพิธภัณฑ์
R5 พนักงานและเจ้าหน้าที่ภายใน พิพิธภัณฑ์มีทักษะการสื่อสารที่ดี สามารถพูดคุยและถ่ายทอดความรู้ ให้แก่ผู้เข้าชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	E5 ภายในพิพิธภัณฑ์มีสิ่งอำนวยความสะดวก หลากหลายสามารถ รองรับผู้เข้าชมได้หลากหลาย ประเภททั้งชาวไทย และ ชาวต่างชาติ	V5 สิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ ผสมผสานระหว่างวัตถุที่จับต้อง ได้และจับต้องไม่ได้ (Tangible and Intangible Heritage) เข้า กับ เทคโนโลยีสมัยใหม่

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำประเด็นต่าง ๆ มา วิเคราะห์วิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว
ของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 10 กลยุทธ์ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร	
1	R1 + E1 + V1	การพัฒนาและส่งเสริมสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้นและมีคุณภาพมากขึ้น เพื่อให้รองรับนักท่องเที่ยวได้เยอะขึ้น ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับกรุงเทพมหานครที่สูงขึ้น
2	R1 + E2 + V2	การสร้างคุณค่าและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงคุณค่าดังกล่าว ก่อให้เกิดการเชื่อมั่นและไว้วางใจในการเดินทางมาเข้าชมจากนักท่องเที่ยวจนนำไปสู่การพัฒนาและเพิ่มพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น
3	R1 + E3 + V3	การพัฒนากระบวนการขนส่งสาธารณะที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพและนำใช้บริการรวมถึงการเพิ่มรอบและเพิ่มชนิดของระบบขนส่งสาธารณะให้ครอบคลุมมากขึ้น อีกทั้งควรออกแบบภูมิทัศน์โดยรอบพิพิธภัณฑ์ให้เข้าถึงง่าย
4	R2 + E1 + V1	การจัดซื้อจำกัดด้านภาษา ด้วยการเพิ่มภาษาต่างประเทศในการบรรยายเนื้อหาไม่ว่าจะผ่านเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ หรือแม้แต่ข้อความอธิบายเพื่อให้สามารถรองรับและตอบสนองด้านการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้มากกว่าที่เคย
5	R2 + E4 + V4	การประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ในฐานะแหล่งเรียนรู้เพื่อประชาชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นคุณค่าและเดินทางมาเข้าชมมากขึ้น
6	R2 + E4 + V5	การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ากับเทคโนโลยีเดิม และผสมผสานเข้ากับวัตถุที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ภายในพิพิธภัณฑ์ เพื่อประสิทธิภาพการบรรยายที่ดีและทันสมัย
7	R3 + E5 + V3	การส่งเสริมคุณค่าของสิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ผ่านเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพิพิธภัณฑ์ และประวัติศาสตร์ประจำชาติ นำไปสู่การเพิ่มพื้นที่จัดแสดง
8	R4 + E1 + V3	การจัดตั้งโครงการอบรมเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารโดยเฉพาะด้านภาษาต่างประเทศ และจัดตารางการบรรยายของเจ้าหน้าที่เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นควบคู่กับลดปัญหาความหนาแน่น
9	R5 + E1 + V3	การจัดตั้งโครงการอบรมพนักงานและเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ให้มีความรู้ความสามารถ และมีความพร้อมในการรองรับและดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงตามมาตรฐานทั้งไทยและสากล

10	R5 + E5 + V2	การตรวจสอบและควบคุมพนักงานและเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ สิ่ง จัดแสดงและสิ่งอำนวยความสะดวกให้คงประสิทธิภาพตามมาตรฐานทั้ง ไทยและสากล
----	--------------	--

การอภิปรายผลการวิจัย

พิพิธภัณฑ์ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครมีปัญหาหลักด้านการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว 4 ประการ ได้แก่ 1) ปัญหาด้านการคมนาคมขนส่ง บางพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ มีปัญหาเรื่องการจอดรถหรือการเดินทางเข้าที่ยากลำบากทำให้นักท่องเที่ยวมีความลำบากในการเข้าชม 2) ปัญหานักท่องเที่ยวหนาแน่น บางพิพิธภัณฑ์อาจมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นมากเกินไปในบางช่วงเวลาทำให้การบริหารจัดการและบรรเทาปัญหาความหนาแน่นเป็นสิ่งที่ท้าทาย 3) ปัญหาทางด้านการสื่อสารความหมาย บางพิพิธภัณฑ์อาจมีปัญหาในการสื่อสารและให้ข้อมูลที่เข้าใจได้เพียงพอทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดี 4) และปัญหาพื้นที่ในการมีส่วนร่วมและพื้นที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว บางพิพิธภัณฑ์อาจมีความจำเป็นในการพัฒนาพื้นที่ในการมีส่วนร่วมและสร้างพื้นที่อำนวยความสะดวกเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่กล่าวถึงสามารถทำได้ด้วยการนำเข้าแผนการบริหารจัดการที่เป็นระบบและการพัฒนาพื้นที่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรับรองนักท่องเที่ยว รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารในการพัฒนาประสบการณ์ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น เช่น การดำเนินการวิเคราะห์ปัญหาและสร้างแผนการที่เป็นระบบเพื่อจัดการปัญหาที่พบด้วยแนวคิดโซ่คุณค่า การปรับปรุงโครงสร้างพื้นที่ในพิพิธภัณฑ์เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและประสบการณ์ท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุงพื้นที่, เช่น การใช้สื่อการสอนแบบอัจฉริยะ การใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง หรือนำเทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Gretzel, Sigala, Xiang, & Koo, 2015; Buhalis & Foerste, 2015)

กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาและส่งเสริมสิ่งที่มีอยู่ให้ดีและมีคุณภาพมากขึ้น เพื่อให้รองรับนักท่องเที่ยวได้เยอะขึ้น ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับกรุงเทพมหานครที่สูงขึ้น เนื่องด้วยแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา และนักท่องเที่ยวจำนวนมากแสดงความสนใจในการสำรวจมรดกทางวัฒนธรรมของเมือง พิพิธภัณฑ์จึงเน้นความสำคัญของการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของพิพิธภัณฑ์ที่มีอยู่ในกรุงเทพฯ การอัพเกรดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น พื้นที่จัดแสดงนิทรรศการ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และการเข้าถึงสามารถปรับปรุงประสบการณ์โดยรวมของผู้เข้าชมได้อย่างมาก ตลอดจนกระจายความหลากหลายของการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในวงกว้างขึ้นด้วยการจัดแสดงรูปแบบศิลปะ สิ่งประดิษฐ์ทางประวัติศาสตร์ และการจัดแสดงทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย พิพิธภัณฑ์จึงสามารถดึงดูดความสนใจและกลุ่มประชากรที่แตกต่างกันไป (Falk, & Dierking, 2000; Macdonald, 2016; Weil, 2002) กลยุทธ์ข้อที่ 2

การสร้างคุณค่าและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงคุณค่าดังกล่าวก่อให้เกิดการเชื่อมั่นและไว้วางใจในการเดินทางมาเข้าชมจากนักท่องเที่ยวจนนำไปสู่การพัฒนาและเพิ่มพื้นที่ในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น การสร้างมูลค่าและการส่งเสริมคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นใจและความไว้วางใจ ซึ่งท้ายที่สุดจะนำไปสู่การเข้าชมพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ เพิ่มขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ถึงคุณค่าและประสบการณ์พิเศษที่น่าเสนอโดยพิพิธภัณฑ์เหล่านี้ พวกเขามีแนวโน้มที่จะกลับมาเยี่ยมชมอีกในอนาคต ส่งผลให้เกิดการพัฒนาและขยายพื้นที่พิพิธภัณฑ์เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นด้วยการเพิ่มคุณค่าและเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง พิพิธภัณฑ์สามารถส่งเสริมการรับรู้เชิงบวกในหมู่นักท่องเที่ยวและกระตุ้นให้พวกเขาสำรวจและชื่นชมคุณค่าทางวัฒนธรรมที่กรุงเทพฯ มีให้ (Bitner, Booms, & Tetreault, 1990; Serrell, 1998) **กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพและนำไปใช้บริการรวมถึงการเพิ่มรอบและเพิ่มชนิดของระบบขนส่งสาธารณะให้ครอบคลุมมากขึ้น อีกทั้งควรออกแบบภูมิทัศน์โดยรอบพิพิธภัณฑ์ให้เข้าถึงง่ายด้วย** การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพด้วยการเพิ่มจำนวนรอบและขยายประเภทของระบบขนส่งสาธารณะที่มีอยู่ มีเป้าหมายเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงและสะดวกยิ่งขึ้นซึ่งอาจช่วยแก้ปัญหาความแออัดยัดเยียดและการรอคอยที่ยาวนานทำให้การเดินทางเป็นประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจมากขึ้นสำหรับทุกคน ยิ่งกว่านั้น การมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงการเข้าถึงภูมิทัศน์รอบ ๆ พิพิธภัณฑ์ก็เป็นส่วนสำคัญเช่นกัน ด้วยการออกแบบพื้นที่ให้เข้าถึงได้ง่ายจะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นและปรับปรุงประสบการณ์โดยรวมของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจรวมถึงการใช้ทางลาดทางเดินที่ปูพื้นอย่างดี และป้ายที่ชัดเจน ทำให้ผู้พิการหรือผู้มีข้อจำกัดด้านการเคลื่อนไหวสามารถสำรวจสภาพแวดล้อมได้ง่ายขึ้น (Ceder & Golub, 2016; Shoval, Isaacson, & Kuflik, 2016) **กลยุทธ์ที่ 4 การจัดข้อจำกัดด้านภาษา ด้วยการเพิ่มภาษาต่างประเทศในการบรรยายเนื้อหาไม่ว่าจะผ่านเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ หรือแม้แต่ข้อความอธิบายเพื่อให้สามารถรองรับและตอบสนองด้านการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติได้มากกว่าที่เคย** ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการจัดข้อจำกัดด้านภาษาในเนื้อหาในพิพิธภัณฑ์สามารถช่วยเพิ่มประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างมาก พิพิธภัณฑ์สามารถสนับสนุนและตอบสนองต่อความต้องการการเรียนรู้ของผู้เยี่ยมชมเหล่านี้ได้ดียิ่งขึ้นด้วยการนำภาษาต่างประเทศมาใช้ในการบรรยายและให้ข้อความอธิบายแนวทางหนึ่งในการจัดข้อจำกัดทางภาษาคือการมีเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ที่พูดได้หลายภาษาอย่างคล่องแคล่ว เจ้าหน้าที่เหล่านี้สามารถบรรยายและให้คำอธิบายในภาษาต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเข้าใจและมีส่วนร่วมเกี่ยวกับเนื้อหาได้อย่างครบถ้วน สิ่งนี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ของพวกเขาเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมความรู้สึกของการไม่แบ่งแยกและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอีกด้วย อีกวิธีหนึ่งที่มีประสิทธิภาพคือการจัดเตรียมข้อความอธิบายในหลายภาษา ซึ่งสามารถทำได้ผ่านการใช้เครื่องบรรยายออดิโอไกด์หรือเอกสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น โบรชัวร์หรือแผ่นข้อมูล ด้วยการนำเสนอการแปลเนื้อหา นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถสำรวจพิพิธภัณฑ์ได้ตามต้องการและเข้าใจการจัดแสดงอย่างลึกซึ้งมากขึ้นผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการผสมผสานภาษาต่างประเทศเข้ากับประสบการณ์ของพิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์สามารถดึงดูดและตอบสนองต่อผู้ชมจำนวนมากขึ้น สิ่งนี้ไม่เพียงแต่

เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังมีส่วนช่วยในการส่งเสริมและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอีกด้วย ด้วยการเปิดรับความหลากหลายทางภาษา พิพิธภัณฑ์จึงสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่ครอบคลุมและมีคุณค่ามากขึ้นสำหรับผู้มาเยือนทุกคน (Falk, & Dierking, 2013) **กลยุทธ์ที่ 5 การประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ในฐานะแหล่งเรียนรู้เพื่อประชาชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นคุณค่าและเดินทางมาเข้าชมมากขึ้น** การเผยแพร่พิพิธภัณฑ์ให้เป็นแหล่งเรียนรู้สาธารณะจะช่วยเพิ่มมูลค่าและดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มาเยี่ยมชมได้มากขึ้น ด้วยการเน้นย้ำแง่มุมด้านการศึกษาและประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ จึงสามารถดึงดูดความสนใจของผู้มีโอกาสเป็นผู้เข้าชมที่อาจไม่เคยพิจารณามาก่อน เพื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์ให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารพิพิธภัณฑ์สามารถใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ได้ ประการแรก การสร้างเนื้อหาที่ให้ข้อมูลและน่าสนใจเกี่ยวกับนิทรรศการของพิพิธภัณฑ์ ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และโปรแกรมการศึกษาสามารถแชร์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และบล็อกการเดินทาง ซึ่งจะช่วยสร้างความตระหนักรู้แก่ประชาชนและสร้างความสนใจในการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ รวมทั้งการร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เช่น โรงเรียนและมหาวิทยาลัย การจัดทัศนศึกษาและการเสนอส่วนลดพิเศษสำหรับกลุ่มนักศึกษาสามารถส่งเสริมให้สถาบันการศึกษารวมพิพิธภัณฑ์ไว้ในหลักสูตรและส่งเสริมให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่มีคุณค่า นอกจากนี้ การเป็นพันธมิตรกับตัวแทนการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและภาคธุรกิจสามารถช่วยส่งเสริมให้พิพิธภัณฑ์แห่งนี้เป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องมาเยือน ความร่วมมือเหล่านี้อาจรวมถึงแพ็คเกจทัวร์พิเศษที่เน้นคุณค่าทางการศึกษาของพิพิธภัณฑ์ รวมอยู่ในแผนการเดินทาง และการให้คำแนะนำที่ให้ข้อมูลเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชม (Hacken, 2015; Falk, & Dierking, 2013; Lai & Turban, 2008) **กลยุทธ์ที่ 6 การประยุกต์เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ากับเทคโนโลยีเดิม และผสมผสานเข้ากับวัตถุที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ภายในพิพิธภัณฑ์ เพื่อประสิทธิภาพการบรรยายที่ดีและทันสมัย** เทคโนโลยีสมัยใหม่มีผลกระทบอย่างมากต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงภาคพิพิธภัณฑ์ด้วย การบูรณาการเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ากับพิพิธภัณฑ์ทำให้เกิดแนวทางใหม่ในการนำเสนอข้อมูลและมีส่วนร่วมกับผู้เยี่ยมชม เช่น การแสดงแบบอินเทอร์แอคทีฟและความเป็นจริงเสริมสามารถทำให้สิ่งประดิษฐ์มีชีวิตขึ้นมาได้ โดยมอบประสบการณ์ที่น่าประทับใจและให้ความรู้มากยิ่งขึ้น ด้วยการรวมองค์ประกอบดิจิทัล เช่น หน้าจอสัมผัสและความเป็นจริงเสมือน ผู้เยี่ยมชมสามารถโต้ตอบกับนิทรรศการในรูปแบบใหม่และน่าตื่นเต้น นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ยังช่วยให้พิพิธภัณฑ์สามารถเสนอการแสดงผลบรรยายที่มีคำตอบได้ การบรรยายแบบดั้งเดิมมักอาศัยการนำเสนอแบบคงที่และการโต้ตอบของผู้ฟังที่จำกัด อย่างไรก็ตาม พิพิธภัณฑ์สามารถใช้เครื่องมือเชิงโต้ตอบที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการมีส่วนร่วมด้วยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งในทางกลับกันจะช่วยเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้โดยรวมสำหรับผู้มาเยือน (Ioannides, Magnenat-Thalmann, & Papagiannakis, 2014) **กลยุทธ์ที่ 7 การส่งเสริมคุณค่าของสิ่งที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ผ่านเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพิพิธภัณฑ์ และประวัติศาสตร์ประจำชาติ นำไปสู่การเพิ่มพื้นที่จัดแสดง** การส่งเสริมคุณค่าของการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ผ่านเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์สามารถนำไปสู่การเพิ่มพื้นที่จัดแสดง นิทรรศการได้อย่างแท้จริง พิพิธภัณฑ์สามารถดึงดูดผู้เข้าชมได้มากขึ้น และสร้างความสนใจในนิทรรศการมาก

ขึ้นด้วยการนำเสนอเรื่องราวที่น่าดึงดูดและโดดเด่น เมื่อผู้เยี่ยมชมสนใจเรื่องราวเบื้องหลังสิ่งประดิษฐ์เหล่านี้ พวกเขามีแนวโน้มที่จะใช้เวลาสำรวจพิพิธภัณฑ์และชื่นชมสิ่งที่นำเสนอ ดังนั้นการส่งเสริมคุณค่าของการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพผ่านเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมุ่งเน้นไปที่ประเด็นเรื่อง การดูแลจัดการเรื่องเล่าอย่างมีส่วนร่วม พิพิธภัณฑ์ควรลงทุนในการค้นคว้าและดูแลจัดการเรื่องราวที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับนิทรรศการ เรื่องราวเหล่านี้อิงจากเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ บุคคลสำคัญ ประเพณีทางวัฒนธรรม หรือเรื่องราวส่วนตัว พิพิธภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจของผู้มาเยือนและสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำได้ด้วยการนำเสนอเรื่องราวเหล่านี้ในลักษณะที่น่าดึงดูดและเข้าถึงได้ (Kelly, 2012; Luke, 2011) **กลยุทธ์ที่ 8 การจัดตั้งโครงการอบรมเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสาร โดยเฉพาะด้านภาษาต่างประเทศ และจัดตารางการบรรยายของเจ้าหน้าที่เพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นควบคู่กับลดปัญหาความหนาแน่น** การจัดโครงการฝึกอบรมบุคลากรภายในพิพิธภัณฑ์เพื่อพัฒนาทักษะในการสื่อสารโดยเฉพาะภาษาต่างประเทศจะเป็นประโยชน์ต่อพิพิธภัณฑ์อย่างมาก ด้วยการเตรียมทักษะทางภาษาที่จำเป็นให้กับเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่จะสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะช่วยยกระดับประสบการณ์โดยรวมของเจ้าหน้าที่ที่พิพิธภัณฑ์ นอกจากนี้การวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าการจัดตารางการบรรยายของเจ้าหน้าที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้น ช่วยบรรเทาปัญหาความแออัด ด้วยการนำเสนอการบรรยายในช่วงเวลาที่แตกต่างกันและรับรองว่าจะมีพนักงานที่เหมาะสมในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน พิพิธภัณฑ์สามารถจัดการการไหลเวียนของผู้เข้าชมได้ดีขึ้นและลดความแออัด (Skramstad & Moe, 2019) **กลยุทธ์ที่ 9 การจัดตั้งโครงการอบรมพนักงานและเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ให้มีความรู้ความสามารถ และมีความพร้อมในการรองรับและดูแลนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงตามมาตรฐานทั้งไทยและสากล** การฝึกอบรมดังกล่าวสามารถมีผลกระทบเชิงบวกหลายประการ ประการแรก จะช่วยปรับปรุงคุณภาพการบริการลูกค้าของเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ด้วยการฝึกอบรมที่เหมาะสม พนักงานและเจ้าหน้าที่จะได้รับความรู้และทักษะที่จำเป็นในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจรวมถึงการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและละเอียดเกี่ยวกับการจัดแสดง แสดงให้เห็นถึงความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม และการรับรองความปลอดภัยและความสะดวกสบายของผู้เข้าชม ประการที่สอง การฝึกอบรมสามารถปรับปรุงภาพลักษณ์โดยรวมและชื่อเสียงของพิพิธภัณฑ์ได้ เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับบริการที่เป็นเลิศและรู้สึกได้รับการดูแลอย่างดีระหว่างที่มาเยือน พวกเขามีแนวโน้มที่จะแบ่งปันบทวิจารณ์และคำแนะนำเชิงบวกกับผู้อื่นมากขึ้นซึ่งอาจนำไปสู่จำนวนผู้เข้าชมที่เพิ่มขึ้นและการรับรู้ของสาธารณชนต่อพิพิธภัณฑ์ที่ดีขึ้น นอกจากนี้ การฝึกอบรมที่ครอบคลุมสามารถมีส่วนช่วยในการพัฒนาวิชาชีพของพนักงานและเจ้าหน้าที่ได้ การได้รับความรู้และทักษะใหม่ ๆ ช่วยให้พนักงานมีความมั่นใจและมีความสามารถในบทบาทของตนมากขึ้น สิ่งนี้สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจในงานและแรงจูงใจที่เพิ่มขึ้น ท้ายที่สุดส่งผลให้อัตราการรักษาพนักงานสูงขึ้น (Lord, & Lord, 2010) **กลยุทธ์ที่ 10 การตรวจสอบและควบคุมพนักงานและเจ้าหน้าที่ภายในพิพิธภัณฑ์ สิ่งที่จัดแสดงและสิ่งอำนวยความสะดวกให้คงประสิทธิภาพตามมาตรฐานทั้งไทยและสากล** การใช้มาตรการตรวจสอบและควบคุมที่มีประสิทธิภาพสามารถ

ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมของการปฏิบัติงานในพิพิธภัณฑ์ได้ การตรวจสอบเป็นประจำมีบทบาทสำคัญในการระบุปัญหาหรือข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นในการจัดแสดงและสิ่งอำนวยความสะดวกของพิพิธภัณฑ์ การตรวจสอบเหล่านี้ครอบคลุมแง่มุมต่าง ๆ รวมถึงสภาพของสิ่งประดิษฐ์ ความสะอาดของพื้นที่จัดแสดง ฟังก์ชันการทำงานของอุปกรณ์ และการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านความปลอดภัยด้วยการดำเนินการตรวจสอบตามปกติ เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์สามารถแก้ไขปัญหาใด ๆ ได้ทันทีและรับประกันว่าทุกอย่างเป็นไปตามลำดับที่เหมาะสม การควบคุมพนักงานและเจ้าหน้าที่ที่มีความสำคัญเท่าเทียมกันในการรักษาประสิทธิภาพภายในพิพิธภัณฑ์ สิ่งนี้เกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวปฏิบัติและระเบียบปฏิบัติที่ชัดเจนสำหรับพนักงานทุกคน นอกจากนี้การยึดมั่นในมาตรฐานทั้งไทยและสากลถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับพิพิธภัณฑ์ในการรักษาชื่อเสียงและดึงดูดผู้เยี่ยมชมจากทั่วโลก การปฏิบัติตามมาตรฐานเหล่านี้ช่วยให้แน่ใจว่าการจัดแสดงและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นไปตามเกณฑ์ที่จำเป็นสำหรับการอนุรักษ์ การจัดแสดง และประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชม ซึ่งอาจรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น การควบคุมอุณหภูมิและความชื้นที่เหมาะสม มาตรการรักษาความปลอดภัยที่เพียงพอ การติดฉลากและเอกสารที่เหมาะสมและการเข้าถึงสำหรับผู้มาเยือนทุกคน (Malaro & DeAngelis, 2011; Lord, & Lord, 2010)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1. พิพิธภัณฑ์ควรสำรวจการใช้งานระบบการจัดการคิวในพิพิธภัณฑ์เพื่อลดเวลาการรอและปรับปรุงความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชมรวมทั้งตรวจสอบประสิทธิภาพของเทคโนโลยี
2. พิพิธภัณฑ์ควรตรวจสอบโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งโดยรอบพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ และประเมินผลกระทบต่อการเข้าถึงของผู้เข้าชม และสำรวจทางเลือกการคมนาคมที่ยั่งยืน
3. พิพิธภัณฑ์ควรตรวจสอบการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการโลจิสติกส์ของพิพิธภัณฑ์สำรวจการใช้แอปบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ แผนที่เชิงโต้ตอบ และความเป็นจริงเสมือน เพื่อปรับปรุงการมีส่วนร่วมของผู้เข้าชม การนำทาง และการตีความการจัดแสดง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรดำเนินการศึกษาเพื่อวิเคราะห์รูปแบบและแนวโน้มการไหลของนักท่องเที่ยวภายในพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพฯ
2. ควรศึกษาประเมินผลกระทบของนวัตกรรมการจัดการพิพิธภัณฑ์ต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชม

เอกสารอ้างอิง/References

- จิรา จงกล. (2521). *พิพิธภัณฑ์สถานวิทยา*. กรุงเทพมหานคร: กรมศิลปากร กระทรวงศึกษาธิการ.
- นิตยา มณีวงศ์. (2566). โลจิสติกส์กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/ftQUG>.
- สุภัทสร ปัญญะโรจน์. (2561). การจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*. 4(ฉบับเสริม), 151-161.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/tui5V>.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: Diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*. 54(1), 71-84.
- Buhalis, D., & Foerste, M. (2015). SoCoMo marketing for travel and tourism: Empowering co-creation of value. *Journal of Destination Marketing & Management*. 4(3), 151-161.
- Ceder, A., & Golub, A. (2016). Public transit and the museum destination: A case study of MoMA visitors. *Journal of Transport Geography*. 57, 107-116.
- Cheawjindakarn, B. (2018). Qualitative Case Study Research Techniques. *Journal of Liberal Arts Review*. 13(25), 103-118.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2000). *Learning from museums: Visitor experiences and the making of meaning*. Lanham: AltaMira Press.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2013). *The Museum Experience Revisited*. California: Left Coast Press.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*. 25(3), 179-188.
- Hacken, R. (2015). *Big data : Challenges and opportunities for digital libraries*. Provo, UT: Brigham Young University.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*. 15(9), 1277-1288.
- Ioannides, M., Magnenat-Thalmann, N., & Papagiannakis, G. (2014). *Mixed Reality and Gamification for Cultural Heritage*. Berlin: Springer.
- Kelly, L. (2012). The Name of the Beast: The Process of Neoliberal Naming Rights in Museums and Other Cultural Institutions. *Curator: The Museum Journal*. 55(2), 145-162.

- Lai, K. W., & Turban, E. (2008). Groups formation and operations in the Web 2.0 environment and social networks. *Group Decision and Negotiation*. 17(5), 387-402.
- Lord, B., & Lord, G. D. (2010). *The Manual of Museum Management*. Lanham: Rowman Altamira.
- Luke, J. J. (2011). Museum authority reconsidered. *Curator: The Museum Journal*. 54(3), 275–292.
- Macdonald, S. (Ed.). (2016). *A companion to museum studies*. New York: John Wiley & Sons.
- Malaro, M. C., & DeAngelis, N. (2011). *A Legal Primer on Managing Museum Collections*. Washington, DC: Smithsonian Institution Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Serrell, B. (1998). *Paying attention: Visitors and museum exhibitions*. Washington, DC: American Association of Museums.
- Thompson J. L. & Martin, F. (2010). *Strategic Management: Awareness and Change*. 6th edition. Cengage: London.
- Shoval, N., Isaacson, M., & Kuflik, T. (2016). Investigating accessibility patterns and potential barriers for visitors with special needs in a science museum. *Journal of Science Education and Technology*. 25(5), 735-746.
- Skramstad, H., & Moe, R. (2019). Multilingualism and Cultural Diversity in Museum Exhibitions: The Case of the Sámi Museums in Norway. *Curator: The Museum Journal*. 62(3), 373–387.
- Weil, S. E. (2002). *Making museums matter*. Washington, DC: Smithsonian Institution Press.

การประเมินวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงเพื่อพัฒนาเครือข่ายลดปัจจัยเสี่ยง

ตามแนวพระพุทธศาสนา

Assessment of Prototype Temples for Reducing Risk Factors to Develop a Network to Reduce Risk Factors in Accordance with the Buddhist Religion

พระศรีสมโพธิ์ (วรญาณ สอนขุน)* พระมหาเสรีชน นริสโร* ภูเบศ วณิชชานนท์** นนทปวิธ ศรีเทพ*

นัชชา ทากุดเรือ* และ บุษยมาส เสือโพธิ์*

Phrasrisombhot (Waranyu Sonchun), Phramaha Serichon Narissaro, Phoobade

Wanitchanon, Nonpawit Sreetape, Natcha Takudrua, and Busayamas Sueapho

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*

Mahachulalongkornrajavidyalaya

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**

Srinakharinwirot University

E-mail : phoobade@g.swu.ac.th**

Date Received : 3 August 2023 Date Revised : 10 September 2024

Date Accepted : 10 September 2024 Date Published online : 27 September 2024

บทคัดย่อ

การปรับบทบาทของสถาบันพระพุทธศาสนามีความเด่นชัดมากขึ้นในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ซึ่งแสดงถึงศักยภาพการทำงานเพื่อพัฒนาและดูแลสุขภาพของผู้คนโดยมีวัดในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสถาบันพระพุทธศาสนาเป็นแกนกลางสำคัญ บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อทำความเข้าใจการพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงตามหลัก “บวร” ระดับจังหวัด โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง จำนวน 160 วัด ผ่านแบบประเมิน ขณะที่การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในกลุ่มพระสังฆาธิการ และพระสงฆ์ที่มีส่วนในการจัดกิจกรรมลดปัจจัยเสี่ยงภายในวัด จำนวน 24 รูป

ผลการศึกษาพบว่า วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงส่วนใหญ่มีการดำเนินการตามตัวชี้วัด ทั้ง 4 ด้าน คือ 1) การดำเนินการตามพระธรรมวินัย มติมหาเถรสมาคม และหลักกฎหมายบ้านเมือง 2) นโยบายที่ดำเนินการโดยวัด 3) การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง และ 4) ภาวศรัทธา ผ่านการควบคุมกำกับด้วย

มาตรฐานและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับงานสาธารณสุขสงเคราะห์ด้านสุขภาพของมหาเถรสมาคม ขณะที่สถาบันทางกฎหมาย ทำให้วัดกลายเป็นพื้นที่ควบคุมและผลักดันให้การบริโภคปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพอย่างการสูบบุหรี่ แอลกอฮอล์ และการพนันออกจากพื้นที่ และทดแทนด้วยกิจกรรมทางสังคมที่ผสมผสานวิถีทางพระพุทธศาสนาให้เข้ามามีส่วนต่อการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยความเป็นเครือข่ายทางสังคมที่เข้มแข็ง ซึ่งประเด็นดังกล่าวข้างต้นถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลักดันให้เกิดวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงในชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

คำสำคัญ : เครือข่ายลดปัจจัยเสี่ยงตามแนวพระพุทธศาสนา วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง ปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพ
บวร

Abstract

During the COVID-19 pandemic, Buddhist institutions have played a more prominent role in role adjustment, underscoring their potential to support people's growth and wellbeing. Temples, being essential components of Buddhist establishments, have had a pivotal role in this endeavor. This article aims to better understand the establishment and advancement of model temple networks that reduce risk factors at the provincial level, utilizing the “Bovorn” principle, employing a mixed-methods approach. In the quantitative research, data were gathered from 160 model temples that were involved in the assessment of risk factors reduction. Meanwhile, the qualitative research consists of conducting interviews with key informants, such as monastic leaders and monks who were actively engaged in coordinating risk-reduction initiatives within the temples. The total number of participants involved in these interviews was 24.

The study revealed that the majority of model temples implemented risk factor reduction strategies based on four primary performance indicators: The key factors for consideration include: 1) Strict adherence to the Buddhist code of monastic discipline, resolutions set by the Sangha Supreme Council, and state laws; 2) Policies implemented by the temples; 3) Organization of activities aimed at reducing risk factors; and 4) Collaborating with partner networks. The Sangha Supreme Council and legal institutions establish standards and practices to monitor and guide these actions, ensuring public health welfare. As a result, legal institutions have converted temples into regulated environments, displacing risks to health such as smoking, alcohol consumption, and gambling. These risk factors have been substituted with socially oriented activities that incorporate Buddhist principles, thereby

enhancing the community's quality of life. The effectiveness of these initiatives relies significantly on a robust social network, which is an essential component in extending the risk-reduction temple model to other communities in the future.

Keywords: Risk reduction networks in accordance with Buddhist principles, Prototype temples to reduce risk factors, Health risk factors, Bovorn.

บทนำ

ความตื่นตัวทางสุขภาพเริ่มต้นขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ซึ่งเป็นความตื่นตัวทั้งระบบตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปัจเจกบุคคล โดยเห็นได้จากการขยายนโยบายพรรคการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2566 ที่พรรคการเมืองต่าง ๆ เล็งเห็นถึงความสำคัญในการยกระดับสุขภาพจากฐานรากและมองสุขภาพอย่างเป็นองค์รวมมากขึ้น เช่น การยกระดับการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) การยกระดับ 30 บาทรักษาทุกโรค การดูแลสุขภาพจิตใกล้บ้าน การดูแลสุขภาพผู้สูงอายุเกี่ยวกับมะเร็งปากมดลูก เป็นต้น ในระดับปัจเจกบุคคล ความตื่นตัวดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจทางสุขภาพ รสนิยมในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ การปลูกพืชผักในบ้าน และการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ในชีวิตประจำวันให้ตอบรับกับความใส่ใจทางสุขภาพ นอกจากนี้ ความตื่นตัวทางสุขภาพยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับการหลั่งไหลของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้ผู้คนมีการใช้เวลาอยู่กับสื่อออนไลน์จนทำให้เกิดอาหารที่บำรุงสายตา ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นกระแสรักสุขภาพ (Health Conscious) (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) รวมไปถึงยังมีความตื่นตัวและตระหนักในการเลือกอาหารที่มีหลากหลายทางเลือกสุขภาพมากขึ้นอีกด้วย (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2566)

รายงานสุขภาพคนไทย พ.ศ. 2566 โดยสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (2566) ชี้ให้เห็นถึงการขยายตัวของปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพที่มีความสัมพันธ์ไปกับการเติบโตของเทคโนโลยีและรสนิยม (Taste) โดยเฉพาะบุหรี่ยุคใหม่ที่เป็นปัจจัยเฝ้าระวังใหม่ในการดูแลสุขภาพ บุหรี่ยุคใหม่มีส่วนการใช้งานของประชากรทุกช่วงวัยมากที่สุดอยู่ในกรุงเทพมหานครและภาคกลางของประเทศไทย เมื่อพิจารณาในส่วนของผู้ที่มีส่วนในการเลิกสูบบุหรี่ที่มีความเกี่ยวข้องกับสถานะทางเศรษฐกิจ ผู้ที่มีสถานะร่ำรวยมีความพยายามในการเลิกสูบบุหรี่มากกว่าผู้ที่มีสถานะยากจนที่สุด ขณะที่การดื่มแอลกอฮอล์ของคนไทย ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังเป็นภูมิภาคที่มีการดื่มแอลกอฮอล์มากที่สุด อาจเป็นเพราะวัฒนธรรมและประเพณีที่มีความเกี่ยวพันกับสุราพื้นบ้าน แต่เป็นการไม่ดื่มหนักเมื่อเทียบกับภาคกลางและกรุงเทพมหานครที่มีส่วนอัตราการดื่มหนักเป็นประจำมากที่สุด นอกจากนี้ รายงานสุขภาพคนไทยฉบับนี้ได้แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาสุขภาวะ 2 ประเด็นสำคัญคือ 1) สุขภาวะทางกายของคนไทยมีความเหลื่อมล้ำในการทำกิจกรรม โดยจังหวัดที่มีการออกกำลังกายเพียงพอสูงที่สุด ได้แก่ สงขลา มหาสารคาม มุกดาหาร กระบี่ และราชบุรี และจังหวัดที่มีการออกกำลังกายเพียงพอต่ำที่สุด ได้แก่ ปัตตานี ร้อยเอ็ด บุรีรัมย์ สมุทรสาคร และบึงกาฬ โดย

คนไทยที่ออกกำลังกายไม่เพียงพอจะเจ็บป่วยด้วยโรคความดันโลหิตสูง เบาหวาน/น้ำตาลในเลือดสูง โรคไขมันในเลือดสูง/คอเลสเตอรอลสูง ข้อเสื่อม/เข่าเสื่อม หัวใจ/หลอดเลือดหัวใจ และหลอดเลือดสมอง/อัมพฤกษ์/อัมพาต ตามลำดับ และ 2) สุขภาวะทางใจของคนไทย มีความน่าเป็นห่วงโดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน ที่อายุต่ำกว่า 18 ปีมีความเสี่ยงสุขภาพจิตแต่ไม่มีภาวะซึมเศร้าหรือฆ่าตัวตาย ขณะที่กลุ่มคนวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 35-39 ปี มีสัดส่วนอัตราการฆ่าตัวตายมากที่สุด ซึ่งในปัจจุบันสังคมไทยยังมีจิตแพทย์ นักจิตวิทยาคลินิก นักจิตวิทยา และพยาบาลจิตเวชไม่ครอบคลุมและเพียงพอต่อคนไทยในภาพรวม

มุมมองสังคมวิทยาของการส่งเสริมสุขภาพ (Sociology of Health Promotion) ที่ผนวกรวมการรักษาสุขภาพ (Healthism) เข้ากับสังคมสมัยใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรม โดย Burrows, Nettleton, and Buntun (1995) ชี้ให้เห็นถึงแนวทางการส่งเสริมสุขภาพที่ถูกควบคุมกำกับภายใต้โครงสร้างของสถาบันสุขภาพระดับโลกอย่างองค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ที่มีส่วนต่อการดูแลนโยบายสุขภาพร่วมสมัย (Contemporary Health Policy) ซึ่งมีความเหลื่อมล้ำกันของปฏิบัติการทางการแพทย์และสาธารณสุขระดับท้องถิ่น และมีความไม่เท่าเทียมกันในการได้รับการส่งเสริมสุขภาพจากการเลือกปฏิบัติทางเพศ เชื้อชาติ และสีผิว เช่นเดียวกันกับงานของ Farmer (1992) ที่แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ความเจ็บป่วยทางสุขภาพมีความเชื่อมโยงกับโครงสร้างทางสังคม ซึ่งสถานการณ์ทางการเมือง ความยากจน และปัญหาเชิงโครงสร้างทางสังคมและสุขภาพมีส่วนต่อการทำให้เกิดความทุกข์ทนต่อความเจ็บป่วยของผู้คนจนก่อให้เกิดการสั่นสะเทือนต่อการมีสุขภาพดีและการรับการส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมของคนทุกคนในสังคม

นอกจากนี้ ในความคิดเห็นของ Flecha (2020) เมื่อเชื่อมโยงความมั่นคงทางสุขภาพเข้ากับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) การมีโครงสร้างทางสังคมที่ดี มีการดูแลสุขภาพถ้วนหน้าทุกช่วงวัย มีการส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี คำนึงถึงสิทธิสุขภาพ (Health Rights) ที่ทุกคนพึงได้รับ จะช่วยให้คนในสังคมได้รับการส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสม ขณะเดียวกันงานของ ธาณี สุวรรณประทีป, วุฒินันท์ กันทะเดียน, และพงษ์พัฒน์ ไหมจันทร์ดี (2565) ชี้ชวนให้เห็นถึงรูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะวิถีพุทธสำหรับการป้องกันปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพในเยาวชนด้วยการบูรณาการเชิงโครงสร้างระหว่างสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันชุมชน และสถาบันกฎหมายเพื่อบูรณาการปัจจัยป้องกันเข้าหากันจนกลายเป็นตัวแบบ “Vaccine” โดย V-Value ด้วยการทำให้ตนเองมีคุณค่าและเห็นว่าชีวิตมีความสำคัญ A-Activities การสร้างกิจกรรมทางสังคมเพื่อลดปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพในสถาบันการศึกษา C-Critical Reflection ความสามารถในการแยกแยะและใช้วิจารณ์ญาณ C-Cautions มีความรับผิดชอบและระมัดระวัง I-Interactive การมีปฏิสัมพันธ์และโต้ตอบในสิ่งที่สร้างสรรค์ N-Negotiation การเป็นสื่อกลางของผู้ที่เกี่ยวข้องเชิงนโยบายในการสร้างกติกาทางสังคมร่วมกัน และ E-Empowerment เป็นการสร้างความเข้มแข็งในการตระหนักถึงอันตรายจากการดื่มแอลกอฮอล์และสูบบุหรี่ ซึ่งตัวแบบดังกล่าวจำเป็นต้องดำเนินไปอย่างเป็นองค์รวมและบูรณาการร่วมกันระหว่างสถาบันทางสังคมต่าง ๆ

อย่างไรก็ดี การพัฒนาและส่งเสริมสุขภาพให้เหมาะสมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น ถือเป็นอีกกลไกสำคัญที่ทำให้คนไทยสุขภาพดี ลดปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพ และมีความอยู่ดีมีสุขถ้วนหน้า ซึ่งจำเป็นต้องดำเนินงานอย่างเป็นเครือข่ายและบูรณาการทุนข้ามหน่วยงาน โดยงานชิ้นนี้ให้ความสนใจไปที่การเชื่อมโยงการพัฒนาสุขภาพบนฉากทัศน์ที่มีสถาบันพระพุทธศาสนาเป็นแกนสำคัญ ในงานชิ้นหนึ่งของ ชลวิทย์ เจียรจิตต์ และสายชล ปัญญชิต (2565) ถกให้เห็นถึงกลไก 3 ระดับของสถาบันพระพุทธศาสนาที่มีส่วนช่วยในการส่งเสริมสุขภาพของคนไทย ประกอบด้วย 1) ระดับนโยบาย เป็นการร่วมสร้างสรรคระหว่างสถาบันพระพุทธศาสนากับสถาบันสุขภาพที่บูรณาการความร่วมมือกันเป็นนโยบายและยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน โดยเฉพาะการขับเคลื่อนธรรมนูญสุขภาพพระสงฆ์ โครงการเสริมสร้างความปรองดองสมานฉันท์โดยใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา หรือโครงการหมู่บ้านรักษาศีล 5 และโครงการพระอาสาสมัครส่งเสริมสุขภาพประจำวัด (พระ อสว.) ซึ่งเป็นปฏิบัติการที่เกิดในระดับโครงสร้าง 2) ระดับวิชาการ เมื่อมีการกำหนดนโยบายร่วมกันแล้ว การทำหน้าที่ของสถาบันวิชาการจะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการแพร่กระจายองค์ความรู้ที่ครอบคลุมวิทยาศาสตร์สุขภาพและสังคมศาสตร์สุขภาพในทุกมิติ และ 3) ระดับพื้นที่ เป็นการขับเคลื่อนนโยบายและองค์ความรู้ทางวิชาการลงสู่ชุมชนด้วยการมีส่วนร่วมของสถาบันพระพุทธศาสนา เช่น การดูแลผู้สูงอายุ การดูแลโภชนาการ เป็นต้น

เนื้อหาจากหนังสือดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของสถาบันพระพุทธศาสนาในการส่งเสริมสุขภาพระดับท้องถิ่น ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยเครือข่ายทางสังคมอย่างเข้มข้น ทั้งนี้ ชลวิทย์ เจียรจิตต์, ชัยวัชร พรหมจิตติพงศ์, และธนิศานันต์ สุธาสินภัย (2565) ขยายมิติของเครือข่ายทางสังคมในการสร้างเครือข่ายสุขภาพะโดยสถาบันพระพุทธศาสนาด้วยทุนสุขภาพ (Health Capital) ของพระสงฆ์ ซึ่งสามารถพัฒนากลายเป็นทุนทางสังคมใน 2 ลักษณะคือ 1) เครือข่ายเชิงการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสุขภาพะ เป็นเครือข่ายที่ส่งเสริมองค์ความรู้ทางด้านสุขภาพะทั้งทางกาย จิต สังคม และปัญญา และจำเป็นต้องอาศัยศักยภาพของท้องถิ่นในการสร้างเครือข่ายดังกล่าวนี้ เช่น การมีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน การมีวัดที่ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ของการเรียนรู้ เป็นต้น และ 2) เครือข่ายเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาสุขภาพะ เครือข่ายลักษณะนี้เป็นการผลักดันร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เช่นเดียวกันกับ สายชล ปัญญชิต (2565) ที่เสนอให้เห็นถึงความสำคัญของทุนสุขภาพที่สามารถพัฒนาไปสู่การสร้างคามเข้มแข็งจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่งได้ผ่านการทำงานแบบเป็นช่วยเหลือสุขภาพะ โดยเริ่มต้นจากการส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) และความรู้ด้านปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพ (Health Risk Factors Literacy) จากนั้นขยายต่อออกไปสู่การสร้างเครือข่ายสุขภาพระดับวัดในลักษณะของการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและเอื้อต่อการมีสุขภาพะที่ดี เมื่อระดับวัดมีสุขภาพดีถ้วนหน้าแล้วจึงจะสามารถขยายช่วยเหลือสุขภาพะออกไปสู่ระดับชุมชนได้อย่างมั่นคงในลักษณะของวัดดูแลชุมชน ชุมชนดูแลวัด

จากที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดในข้างต้น งานวิจัยนี้มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายวัดต้นแบบการลดปัจจัยเสี่ยงตามหลัก “บวร” ระดับจังหวัด โดยวัดต้นแบบการลดปัจจัยเสี่ยงจะเป็นแกนหลักสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้ กระบวนการเสริมสร้างสุขภาพะในการลดปัจจัยเสี่ยงเชิงพุทธบูรณาการ การ

สร้างกลไกและเครือข่ายการลดปัจจัยเสี่ยงตามแนวพระพุทธศาสนาในชุมชนอย่างเป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างสุขภาวะวิถีพุทธตามกรอบแผนหลักของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ. 2561 – 2563 รวมทั้งเป้าหมายของการปฏิรูปกิจการพระพุทธศาสนา ที่มุ่งเน้นการพัฒนาองค์ความรู้ที่สามารถเชื่อมโยงนโยบายและแนวปฏิบัติในการที่จะส่งเสริมการดำเนินงานเพื่อสร้าง “องค์กรสุขภาวะวิถีพุทธ” ตามพันธกิจทั้ง 8 ด้าน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของงานคณะสงฆ์และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) คือ การสร้างเสริมสุขภาวะที่ดีของพระสงฆ์และประชาชนไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายวัดต้นแบบการลดปัจจัยเสี่ยงตามหลัก “บวร” ระดับจังหวัด

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้อาศัยวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed-methods) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในปฏิบัติการพัฒนาชุมชนโดยเฉพาะการศึกษาทุนของชุมชนและการประเมินผลการพัฒนาชุมชนเพื่อให้เห็นภาพกว้างของบริบทการพัฒนาควบคู่ไปกับข้อมูลเชิงลึกที่เป็นปฏิบัติการ (ชลวิทย์ เจริญจิตต์, 2566) ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้จำแนกรายละเอียดออกเป็นดังนี้

พื้นที่ของการวิจัย

พื้นที่ของการวิจัย คณะผู้วิจัยพิจารณาจากทำเลที่ตั้งที่ติดต่อกับกลุ่มพื้นที่ต้นแบบที่ดำเนินการต่อเนื่องจากการดำเนินกิจกรรมในระยะที่ผ่านมา และความมีศักยภาพในการขับเคลื่อนกิจกรรมโดยพิจารณาจากความตื่นตัวของคณะสงฆ์ในการสนับสนุนการดำเนินงานปฏิรูปกิจการพระพุทธศาสนา การสนับสนุนโครงการฯ “หมู่บ้านรักษาศีล 5” และศักยภาพด้านบุคลากรในการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยในพื้นที่ เมื่อพิจารณาเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่ดำเนินการ โครงการการพัฒนาเครือข่ายลดปัจจัยเสี่ยงตามแนวพระพุทธศาสนา กำหนดพื้นที่ในการดำเนินการรวม 8 จังหวัด จำแนกตามภูมิภาค ได้แก่ 1) ภาคเหนือ คือ จังหวัดลำปาง และจังหวัดน่าน 2) ภาคกลาง คือ จังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดพิจิตร 3) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ จังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดยโสธร และ 4) ภาคใต้ คือ จังหวัดระนอง และจังหวัดกระบี่

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

ในการวิจัยเชิงปริมาณมีกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้ จากการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคณะผู้วิจัยกำหนดหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ไว้ที่วัดต้นแบบจำนวน 160 วัด คัดเลือกโดยพิจารณาจากวัดในพื้นที่ต้นแบบที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องเป็นเครือข่ายบวร มีความตื่นตัวของคณะสงฆ์ในการสนับสนุนการดำเนินงานปฏิรูปกิจการพระพุทธศาสนาและศักยภาพด้าน

บุคลากรในการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยในพื้นที่ จากการแจกแบบประเมินตนเองตามตัวชี้วัด “วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง” ทั้งสิ้น 160 ชุด โดยตัวชี้วัดมีจำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วย ตัวชี้วัดด้านที่ 1 การดำเนินการตามพระธรรมวินัย มติมหาเถรสมาคม และหลักกฎหมายบ้านเมือง ตัวชี้วัดด้านที่ 2 นโยบายที่ดำเนินการโดยวัด ตัวชี้วัดด้านที่ 3 การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง และตัวชี้วัดด้านที่ 4 ภาศิเครือข่าย ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ครอบคลุมการดำเนินงานด้านปัจจัยเสี่ยงของวัดต้นแบบ รวมทั้งสิ้น 40 ตัวชี้วัด โดยการแบ่งการวัดออกเป็น 2 ลักษณะคือ ดำเนินการ และยังไม่ได้ดำเนินการ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ

การศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ พระสังฆาธิการหรือพระสงฆ์ผู้ที่มีตำแหน่งในทางปกครอง ซึ่งจะเป็พระสงฆ์ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนงานลดปัจจัยเสี่ยงทั้งระดับนโยบายและในระดับปฏิบัติการ อีกทั้งยังเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มพระสงฆ์ที่มีส่วนในการขับเคลื่อนกิจกรรมลดปัจจัยเสี่ยงในวัด แม้จะไม่ได้มีตำแหน่งปกครองในทางคณะสงฆ์ จำนวนรวม 24 รูป โดยข้อมูลในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพจะนำมาพัฒนาและสรุปองค์ประกอบของแบบประเมินตนเองตามตัวชี้วัด “วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง” ที่จะใช้วัดความสมบูรณ์ของการเป็นวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณ อาศัยการวิเคราะห์ค่าความถี่ และใช้สถิติเชิงพรรณนาอย่างค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อสรุปผลการดำเนินการตามตัวชี้วัดแต่ละข้อในแบบประเมินตนเองตามตัวชี้วัด “วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง” โดยทำการสรุปและนำเสนอผลโดยใช้เครื่องหมาย ✓ ในกรณีวัดต้นแบบมีการดำเนินการมากกว่าร้อยละ 50 ขณะที่นำเสนอผลโดยใช้เครื่องหมาย ✗ ในกรณีวัดต้นแบบมีการดำเนินการน้อยกว่าร้อยละ 50

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพอาศัยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากเนื้อหาที่ได้รับจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อใช้เป็นข้อมูล และคำอธิบายประกอบกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินตนเอง

ผลการศึกษา

การประเมินวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงเพื่อพัฒนาเครือข่ายลดปัจจัยเสี่ยงตามแนวพระพุทธศาสนาเพื่อพัฒนาและส่งเสริมเครือข่ายวัดต้นแบบการลดปัจจัยเสี่ยงตามหลัก “บวร” ระดับจังหวัด เป็นการนำเสนอข้อมูลที่ได้รับแบบประเมินตนเองตามตัวชี้วัด “วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง” และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งมีรายละเอียดของผลการศึกษาจำแนกตามตัวชี้วัดด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ตัวชี้วัดด้านที่ 1: การดำเนินการตามพระธรรมวินัย มติมหาเถรสมาคม และหลักกฎหมาย บ้านเมือง

การจัดศาสนสถานให้มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อกับพระธรรมวินัยและกฎหมาย โดยมุ่งเน้นสถานที่หรือสิ่งปลูกสร้างสำคัญภายในวัดอย่างกุฏิ หอฉัน ศาลา วิหาร เมรุ ที่ต้องคำนึงถึงหลักธรรมและต้องคำนึงถึงการปลอดอบายมุข มีวัดต้นแบบที่เห็นว่าวัดของตนสามารถดำเนินการตามตัวชี้วัดดังกล่าวได้ถึงร้อยละ 97 โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้วัดสามารถดำเนินการตามตัวชี้วัดดังกล่าวได้ เนื่องจากการจัดศาสนสถานมีข้อกำหนดที่ชัดเจนทั้งจากพระธรรมวินัย อาทิ หลักสัปปายะ 7 ในประเด็นที่ว่าด้วยอาวาสสัปปายะ คือ การจัดที่อยู่ซึ่งเหมาะสม เช่น ไม่เป็นที่พลุกพล่าน จอแจ ให้วัดเป็นพื้นที่ที่เกื้อกูล ช่วยสนับสนุนในการบำเพ็ญภาวนาให้ได้ผลดี ช่วยให้สมาธิตั้งมั่น ไม่เสื่อมถอย

ในด้านการติดเครื่องหมายแสดงเขตปลอดบุหรี่ภายในพื้นที่วัด ส่วนใหญ่เป็นการได้ป้ายหรือสติ๊กเกอร์จากภาคีเครือข่ายด้านสาธารณสุขในพื้นที่ หรือการติดต่อขอรับเครื่องหมายแสดงเขตปลอดบุหรี่จากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามร้อยละ 8 ของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง มีการติดแสดงเครื่องหมายเขตปลอดบุหรี่ หรือเครื่องหมายแสดงถึงการห้ามสูบบุหรี่ ให้เด่นชัดโดยเฉพาะบริเวณทางเข้า-ออกของวัด แต่ยังไม่ได้ติดแสดงไว้โดยเปิดเผยในพื้นที่วัดที่จะทำให้ผู้ที่เข้าวัดเห็นได้อย่างเปิดเผยและในจำนวนที่เหมาะสม ซึ่งเป็นไปตามมติมหาเถรสมาคมมติที่ 297/2562 เรื่องประกาศกระทรวงสาธารณสุข กำหนดให้วัด และศาสนสถาน ดำเนินการตามหลักเกณฑ์ วิธีการตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 และพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560

การควบคุม ดูแลไม่ให้มีอุปกรณ์ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในการสูบบุหรี่ แม้ประกาศกระทรวงสาธารณสุข กำหนดให้วัด และศาสนสถาน ดำเนินการตามหลักเกณฑ์ วิธีการตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2561 ซึ่งกำหนดให้พื้นที่และบริเวณทั้งหมดเป็นเขตปลอดบุหรี่ จึงไม่อนุญาตให้มีการจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการสูบบุหรี่ ซึ่งมีวัดต้นแบบที่ดำเนินการตามตัวชี้วัดดังกล่าวร้อยละ 60 ในทางปฏิบัติพบข้อจำกัดที่สำคัญที่คณะสงฆ์ให้ความคิดเห็น โดยเฉพาะการกำกับประชาชนที่เข้ามาร่วมพิธีกรรมทางศาสนาภายในวัดที่หลายคนไม่ใช่นักบวชปฏิบัติประจำของวัด เข้าวัดเพื่อร่วมพิธีกรรม เมื่อไม่มีอุปกรณ์สำหรับการเขี่ยหรือทิ้งก้นบุหรี่จะเกิดสถานการณ์การทิ้งก้นบุหรี่ไม่เป็นที่ทาง อย่างไรก็ตามการสร้างให้เกิดความเข้าใจในตัวบทของกฎหมายและประกาศกระทรวงสาธารณสุขก่อให้เกิดความตระหนักถึงสิ่งที่วัดต้องปฏิบัติ คำนึงถึงสุขภาวะของประชาชนส่วนรวมมากยิ่งขึ้น และมีความพร้อมที่จะปฏิบัติตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขในการที่จะกำจัดอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกในการสูบบุหรี่

ตารางที่ 1 องค์ประกอบการประเมินวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงตามตัวชี้วัดด้านที่ 1

ชุดตัวชี้วัด	การดำเนินการ
1.1 มีการจัดศาสนสถาน ให้มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อกับพระธรรมวินัย และกฎหมาย (กุฏิ หอฉัน ศาลา วิหาร เมรุ) คำนึงถึงหลักสัปปายะ และปลอดอบายมุข	✓

1.2 มีการติดเครื่องหมายเขตปลอดบุหรี่ หรือเครื่องหมายแสดงถึงการห้ามสูบบุหรี่ ให้เด่นชัด	✓
1.3 ควบคุม ดูแลไม่ให้มีอุปกรณ์ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในการสูบบุหรี่ เช่น กระบะทราย หรืออุปกรณ์สำหรับการเขี่ยหรือทิ้งก้นบุหรี่	✓
1.4 ส่งเสริมให้งดเว้นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา อาทิ วันสงกรานต์ การทำบุญในช่วงเทศกาลเข้าพรรษา	✓
1.5 วัดเป็นศูนย์สังเคราะห์และฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติด	✗
1.6 มีการจัดทำโครงการตรวจสุขภาพ และให้บริการด้านสาธารณสุขแก่พระภิกษุ สามเณร ควบคู่ไปกับการตรวจหาสารเสพติดในปัสสาวะ	✓
1.7 มีเครื่องหมายห้ามเล่นการพนัน หรือเขตปลอดการพนัน ให้เด่นชัด หรือจดจำนายสลาภกินแบ่งรัฐบาลในเขตวัด	✓
หมายเหตุ: ✓ หมายถึง วัดต้นแบบมีการดำเนินการมากกว่าร้อยละ 50 ในภาพรวมทุกพื้นที่ ✗ หมายถึง วัดต้นแบบมีการดำเนินการน้อยกว่าร้อยละ 50 ในภาพรวมทุกพื้นที่	

การส่งเสริมให้งดเว้นการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา มีวัดต้นแบบที่ดำเนินการกว่าร้อยละ 95 ทั้งนี้เนื่องจากการสนับสนุนมติมหาเถรสมาคมที่มีการขอความร่วมมือสนับสนุนกิจกรรม “วัดงดดื่มสุราแห่งชาติ” ซึ่งตรงกับวันเข้าพรรษาของทุกปี หรือมติที่ 266 / 2565 เรื่อง แนวทางและมาตรการในการจัดกิจกรรมวันสงกรานต์ พุทธศักราช 2565 ที่ให้ความสำคัญในเรื่องของการงดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวันสงกรานต์ มีวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงดำเนินการในกิจกรรมดังกล่าว ร้อยละ 95 โดยหลายพื้นที่ได้ใช้วันเข้าพรรษาเป็นเครื่องมือในการเชิญชวนให้ประชาชนในชุมชนตั้งจิตอธิษฐานลด ละ เลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเข้าพรรษา

สำหรับประเด็นวัดเป็นศูนย์สังเคราะห์และฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติด วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงมีการดำเนินการในการพัฒนาให้วัดเป็นศูนย์สังเคราะห์และฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติด เพียงร้อยละ 18 จากการสอบถามข้อมูลในปัจจุบันพบว่าก่อนหน้าการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 วัดยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสังเคราะห์และฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติดอยู่บ้าง ในลักษณะของการส่งเสริมให้ผู้ติดยาเสพติดมาทำกิจกรรมจิตอาสาภายในวัด หรือการฟังเทศน์บรรยายธรรมอยู่บ้าง เพื่อเป็นการฟื้นฟูสภาพจิตใจของผู้ติดยาเสพติดให้มีความเข้มแข็ง แต่ภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้กิจกรรมดังกล่าวขาดหายไป นอกจากนี้หลายวัดยังไม่เคยมีการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปรับให้วัดเป็นศูนย์สังเคราะห์และฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติด เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านอาคารและสถานที่ที่ไม่เพียงพอต่อการพัฒนาเป็นศูนย์สังเคราะห์และฟื้นฟู

การจัดทำโครงการตรวจสุขภาพ และให้บริการด้านสาธารณสุขแก่พระภิกษุ สามเณร ควบคู่ไปกับการตรวจหาสารเสพติดในปัสสาวะ ในตัวชี้วัดดังกล่าวนี้ มีวัดต้นแบบที่ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำโครงการตรวจสุขภาพควบคู่ไปกับการตรวจหาสารเสพติดในปัสสาวะ ร้อยละ 67 ขณะที่ร้อยละ 33 ของวัดต้นแบบยังไม่ได้ดำเนินการในประเด็นตามตัวชี้วัดดังกล่าว สาเหตุสำคัญประการหนึ่งคือการได้รับ

การประสานงานจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ และการตรวจตราโดยกำนัน ผู้ใหญ่บ้านถึงความเสี่ยงต่อการเข้าถึงสารเสพติดภายในชุมชน

ในด้านของการมีเครื่องหมายห้ามเล่นการพนัน หรือเขตปลอดการพนัน ให้เด่นชัด หรือจดจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลในเขตวัด วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง ได้มีการดำเนินการในประเด็นตามตัวชี้วัดเรื่องของการมีเครื่องหมายห้ามเล่นการพนัน หรือเขตปลอดการพนัน ร้อยละ 56 สำหรับการขับเคลื่อนกิจกรรมลดปัจจัยเสี่ยงในลำดับต่อไป หรือการสนับสนุนให้บ้าน-วัด-โรงเรียน (ราชการ) ในลักษณะของเครือข่ายพลังบวร กำหนดโจทย์ร่วมกันเกี่ยวกับการจัดการปัญหาการพนันในชุมชนและในพื้นที่วัด อาจพัฒนาขึ้นในรูปแบบของการติดป้ายแสดงเครื่องหมายหรือข้อความที่บ่งชี้ว่าวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงเป็นวัดที่ไม่สนับสนุนให้ประชาชนเล่นการพนัน หรือการจัดพื้นที่ภายในวัดเพื่อลดการจำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาลในเขตวัด

2) ตัวชี้วัดด้านที่ 2: นโยบายที่ดำเนินการโดยวัด

ตัวชี้วัดด้านที่ 2 เริ่มต้นด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมปัจจัยเสี่ยง อาทิ คณะกรรมการควบคุมปัญหาบุหรี่ แอลกอฮอล์ การพนัน หรือยาเสพติดหรือคณะกรรมการอื่น ๆ ซึ่งวัดต้นแบบมากถึงร้อยละ 76 ที่ยังไม่ได้ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมปัจจัยเสี่ยง สืบเนื่องจากการที่ชุมชนมีการจัดตั้งคณะกรรมการในลักษณะดังกล่าว หรือเป็นคณะกรรมการในระดับชุมชนที่มีหน้าที่หรือมีวัตถุประสงค์ใกล้เคียงกัน ทางวัดจึงไม่เล็งเห็นว่าควรจัดให้มีการตั้งคณะกรรมการที่มีความซ้ำซ้อนขึ้นมาอีก นอกจากนี้การแต่งตั้งคณะกรรมการในรูปแบบที่เป็นทางการอาจเผชิญกับข้อจำกัดด้านงบประมาณประกอบการประชุม เมื่อต้องเชิญหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยงเข้ามาแลกเปลี่ยนข้อมูลและกำหนดแนวทางในการทำกิจกรรมร่วมกันภายในชุมชน

ตารางที่ 2 องค์ประกอบการประเมินวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงตามตัวชี้วัดด้านที่ 2

ชุดตัวชี้วัด	การดำเนินการ
2.1 ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมปัจจัยเสี่ยง อาทิ คณะกรรมการควบคุมปัญหาบุหรี่ แอลกอฮอล์ การพนัน หรือยาเสพติดหรือคณะกรรมการอื่น ๆ	✗
2.2 มีการจัดทำระเบียบ/ข้อบังคับ/ประกาศของวัด ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมปัจจัยเสี่ยง เช่น ประกาศห้ามสูบบุหรี่ภายในวัด	✓
2.3 มีการถ่ายทอด ส่งต่อข่าวสารนโยบายของคณะสงฆ์ ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนงานลดปัจจัยเสี่ยง เช่น นำเสนอข่าวสารจากที่ประชุมพระสังฆาธิการผ่านเสียงตามสาย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่ ยาเสพติด เป็นต้น	✗
2.4 มีนโยบายส่งเสริมหรือสนับสนุนให้มีการจัดโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง ทั้งในรูปแบบที่ดำเนินการเองโดยพระสงฆ์ และ/หรือดำเนินการร่วมกับฆราวาส	✓

2.5 มีนโยบายส่งเสริมให้พระสงฆ์และชุมชนทำงานร่วมกับ โครงการของคณะสงฆ์ เช่น โครงการฯ “หมู่บ้านรักษาศีล 5”, หน่วยอบรมประชาชนประจำตำบล, โครงการวัด ประชา รัฐ สร้างสุข ด้วยหลัก 5 ส, ธรรมนูญสุขภาพพระสงฆ์	✓
2.6 มีส่วนในการส่งเสริมให้เกิดข้อตกลง/ธรรมนูญของชุมชน ในประเด็นเกี่ยวกับการลดปัจจัยเสี่ยง	✓
2.7 มีการส่งเสริมให้พระภิกษุและสามเณรภายในวัดเข้าร่วมกิจกรรมหรือเข้าร่วมการอบรมใน ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง	✓
หมายเหตุ:	
✓ หมายถึง วัดต้นแบบมีการดำเนินการมากกว่าร้อยละ 50 ในภาพรวมทุกพื้นที่	
✗ หมายถึง วัดต้นแบบมีการดำเนินการน้อยกว่าร้อยละ 50 ในภาพรวมทุกพื้นที่	

ขณะที่การจัดทำระเบียบ/ข้อบังคับ/ประกาศของวัด ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมปัจจัยเสี่ยง เช่น ประกาศห้ามสูบบุหรี่ภายในวัด ร้อยละ 63 ของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงได้มีการทำข้อบังคับหรือประกาศของวัดเพิ่มเติมในรูปแบบของป้ายประชาสัมพันธ์ข้อความที่แสดงเจตนารมณ์เรื่องการไม่อนุญาตให้มีการสูบบุหรี่ในพื้นที่วัด ข้อสังเกตประการหนึ่งที่สำคัญคือ สติ๊กเกอร์ที่วัดได้รับแจกทั้งจากหน่วยงานด้านสาธารณสุขในพื้นที่หรือภาคประชาสังคมที่ขับเคลื่อนในประเด็นการลด ละ เลิกการบริโภคยาสูบ มักจะเป็นแผ่นสติ๊กเกอร์ขนาดเล็ก แม้จะติดแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนบริเวณประตูทางเข้า-ออกของวัด หรือบริเวณทางขึ้นศาสนสถานต่าง ๆ แต่ข้อความกำกับเรื่องของการฝ่าฝืน หรือมีโทษปรับตามกฎหมาย 5,000 บาท อาจมองเห็นได้ยาก หรือประชาชนยังขาดความตระหนักถึงการบังคับใช้กฎหมาย ดังนั้นสิ่งที่มักจะเห็นวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงดำเนินการในลักษณะที่วัดจัดทำป้ายด้วยตนเอง ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของป้ายคำเตือนขนาดใหญ่ หรือการระบุให้เห็นถึงความชัดเจนอย่าง วัด “....” เป็นวัดปลอดบุหรี่ มักจะสร้างความสนใจให้กับประชาชนที่เข้ามาในพื้นที่วัด

สำหรับตัวชี้วัดในประเด็นของการถ่ายทอด ส่งต่อข่าวสารนโยบายของคณะสงฆ์ ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนงานลดปัจจัยเสี่ยง ร้อยละ 42 ของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงมีการดำเนินกิจกรรมในลักษณะดังกล่าว โดยรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ข่าวสารในปัจจุบัน มี 2 ลักษณะ คือ (1) การประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายหรือการจัดรายการวิทยุผ่านคลื่นวิทยุที่ทางวัดมีช่องสัญญาณ และ (2) การประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางสื่อสารสมัยใหม่ที่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร อย่างไรก็ตามประเด็นของการส่งต่อข่าวสารนโยบายของคณะสงฆ์ พบว่า มีปัจจัยที่สำคัญคือการประชุมพระสังฆาธิการ โดยเฉพาะการประชุมพระสังฆาธิการระดับจังหวัดตามมติมหาเถรสมาคม มักมีกำหนดการประชุมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการงบประมาณ การรายงานผลการดำเนินงานซึ่งจำแนกตามโครงการต่าง ๆ ของคณะสงฆ์ อาทิ การขับเคลื่อนโครงการฯ “หมู่บ้านรักษาศีล 5” หรือการขับเคลื่อนหน่วยอบรมประชาชนประจำตำบล อาจส่งผลให้ไม่มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง หรือการขับเคลื่อนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสุขภาวะมากนัก

การมีนโยบายส่งเสริมหรือสนับสนุนให้มีการจัดโครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง ร้อยละ 63 ของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง มีการขับเคลื่อนในการส่งเสริมให้มีการจัดโครงการหรือกิจกรรมที่

เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง คำถามสำคัญสำหรับตัวชี้วัดข้างต้นกำหนดขึ้นเพื่อต้องการพิจารณาบทบาทของพระสงฆ์ในการเป็นผู้สนับสนุนหรือส่งเสริมให้เกื้อกูลให้วัดมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมลดปัจจัยเสี่ยง ตัวอย่างเชิงรูปธรรม คือ การมีส่วนร่วมในการเปิดพื้นที่วัดให้มีการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง ในช่วงวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา หรือการสนับสนุนนโยบายจากทางภาคประชาสังคมในการมีส่วนร่วม รมรณคให้ประชาชนในพื้นที่รอบวัดห่างไกลจากปัจจัยเสี่ยง อย่างไรก็ตามการดำเนินการในลักษณะของการมีนโยบายที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นสิ่งที่ยังขาดความเป็นรูปธรรมหรือการมีเอกสารประชาสัมพันธ์ การมีป้ายประชาสัมพันธ์เพื่อบ่งบอกว่าวัดนั้น ๆ เข้าร่วมโครงการที่สนับสนุนให้ประชาชน ลด ละ เลิกจากปัจจัยเสี่ยงเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ประชาชนในพื้นที่รับรู้ถึงแนวทางการทำงานของวัดในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเสี่ยงดังกล่าว

ตัวชี้วัดด้านการมีนโยบายส่งเสริมให้พระสงฆ์และชุมชนทำงานร่วมกับโครงการต่าง ๆ ของคณะสงฆ์ อาทิ โครงการฯ “หมู่บ้านรักษาศีล 5”, หน่วยอบรมประชาชนประจำตำบล, โครงการวัด ประชา รัฐ สร้างสุข ด้วยหลัก 5 ส, ธรรมนูญสุขภาพพระสงฆ์ พบว่า ร้อยละ 87 ของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงมีการดำเนินการตามตัวชี้วัดดังกล่าว โดยมองว่าการทำงานร่วมกับโครงการต่าง ๆ ของคณะสงฆ์ มีส่วนสนับสนุนให้การขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ มีความก้าวหน้า และมีความยั่งยืนในอนาคต อีกทั้งยังเป็นการลดภาระการทำงานเพื่อตอบสนองต่อโครงการใดโครงการหนึ่งผ่านการทำงานในลักษณะของการบูรณาการประเด็นการทำงาน ยกตัวอย่าง การขับเคลื่อนกิจกรรมลดปัจจัยเสี่ยงที่สามารถนำผลลัพธ์ของการลดจำนวนคนบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในชุมชนเป็นผลสำเร็จที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนโครงการฯ “หมู่บ้านรักษาศีล 5” หรือการปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในวัดให้เป็นสถานที่ที่ไม่เอื้อต่อการสูบบุหรี่ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ที่นอกจากจะเป็นการป้องกันไม่ให้มีการสูบบุหรี่ภายในวัดแล้ว ยังเป็นการปรับภูมิทัศน์ของวัดให้สอดคล้องกับการดำเนินโครงการวัด ประชา รัฐ สร้างสุข ด้วยหลัก 5 ส ที่มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อการพัฒนาพื้นที่เชิงกายภาพให้มีความสะอาด ร่มรื่น เพื่อรองรับการเป็นพื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมทางสังคมสำหรับคนทุกกลุ่มและทุกช่วงวัย

ประเด็นของการที่วัดมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้เกิดข้อตกลงหรือธรรมนูญของชุมชนในประเด็นเกี่ยวกับการลดปัจจัยเสี่ยง มีวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงร้อยละ 52 ที่มีการดำเนินงานในประเด็นดังกล่าว สาเหตุสำคัญประการหนึ่ง คือ การจัดทำข้อตกลงหรือธรรมนูญของชุมชนเป็นประเด็นที่มีความละเอียดอ่อนเนื่องจากต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากคนในชุมชน ซึ่งอาจยังมีผู้ที่บริโภคยาสูบ ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือเล่นการพนันอยู่บ้าง อย่างไรก็ตามแนวทางที่วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงใช้เพื่อการผลักดันให้เกิดข้อตกลงหรือธรรมนูญของชุมชน คือ การชี้ให้เห็นโทษของปัจจัยเสี่ยงทั้งการติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผลเสียที่เกิดขึ้นจากการบริโภคยาสูบ และอาศัยการยกตัวอย่างกิจกรรม อาทิ งานบุญปลอดเหล้า งานเสิร์ฟปลอดอบายมุข ที่ช่วยให้เจ้าภาพประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือการเป็นเจ้ามือในวงพนัน ซึ่งเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนทั้งในระดับบุคคลและในระดับครัวเรือน อีกหนึ่งปัจจัยที่นำไปสู่การดำเนินการในประเด็นการสร้างข้อตกลงกับชุมชนในประเด็นการลดปัจจัยเสี่ยงคือ ภาวะผู้นำทั้งในมิติทางจิตวิญญาณและศาสนาโดย

พระสงฆ์ ประกอบกับผู้นำในทางโลกอย่างผู้ใหญ่บ้านหรือกำนัน ที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และทิศทางการพัฒนาหมู่บ้าน

บทบาทของการส่งเสริมให้พระภิกษุและสามเณรภายในวัดเข้าร่วมกิจกรรมหรือเข้าร่วมการอบรมใน ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง ร้อยละ 77 ของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงมีการดำเนินการในประเด็น ดังกล่าว โดยเฉพาะภายหลังการประกาศใช้ธรรมนูญสุขภาพพระสงฆ์แห่งชาติ พ.ศ. 2560 ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ได้สร้างให้เกิดความตื่นตัวด้านการพัฒนาสุขภาพในกลุ่มพระสงฆ์ หรือการเกิด หลักศูตรอบรมพระภิกษุสามเณร ที่มีบทบาทเป็นพระอาสาสมัครส่งเสริมสุขภาพประจำวัด (อสว.) โดยมุ่งเน้น การส่งเสริมให้พระสงฆ์ มีบทบาทต่อการดูแลสุขภาพตนเอง ชุมชน สังคม เจ้าอาวาสหรือผู้แทนจากวัดต้นแบบ ลดปัจจัยเสี่ยงดำเนินการส่งเสริมให้พระภิกษุและสามเณรภายในวัดเข้าร่วมการอบรมดังกล่าว มีส่วนช่วยให้ พระสงฆ์และสามเณรที่เข้าร่วมการอบรมมีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับโรคที่พบบ่อยในกลุ่มพระสงฆ์ พฤติกรรม เสี่ยง และสาเหตุของการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่มีปัจจัยเสี่ยงอย่างยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นหนึ่งใน สาเหตุสำคัญ

3) ตัวชี้วัดด้านที่ 3: การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง

สำหรับตัวชี้วัดด้านที่ 3 ที่มุ่งเน้นไปที่การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง วัดต้นแบบส่วนใหญ่มีการจัดกิจกรรมการลดปัจจัยเสี่ยง กรณีวันเข้าพรรษาซึ่งตรงกับวันงดดื่มสุราแห่งชาติ จะมีภาคีเครือข่าย ภาคประชาสังคมร่วมกับคณะสงฆ์ในพื้นที่จัดกิจกรรมงดเหล้าเข้าพรรษา เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนที่มีความตั้งใจจะลดการดื่มเหล้าในช่วงเข้าพรรษาได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมดังกล่าว หรือการที่วันสำคัญทาง พระพุทธศาสนาจะสอดคล้องไปกับวันงดการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมาย ก็มีส่วนให้พระสงฆ์ สามารถเทศนาประชาชนในชุมชนให้ใช้โอกาสในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาเป็นวันที่ได้ทดลองลด ละ เลิก การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือการเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงชนิดอื่น ๆ เช่นเดียวกับการจัดกิจกรรมหรือ การรณรงค์งดดื่มสุราเนื่องในวันเข้าพรรษา และการจัดกิจกรรม/รณรงค์งดการพนัน ในกิจกรรมทาง พระพุทธศาสนา ขณะที่การจัดกิจกรรม/รณรงค์สูบบุหรี่ในวัดงดสูบบุหรี่โลก และการจัดกิจกรรม/รณรงค์ ต่อต้านยาเสพติดในวัดยาเสพติดโลก เป็นส่วนที่ยังไม่ได้มีการดำเนินการมากนักในวัดต้นแบบ เนื่องจากไม่มีความเชื่อมโยงกับวันสำคัญในทางพระพุทธศาสนา จึงอาจส่งผลให้พระสงฆ์ไม่ได้ดำเนินการพัฒนาหรือจัด กิจกรรมในวันดังกล่าว แต่ในกรณีของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงที่มีการจัดกิจกรรมในวันสำคัญดังกล่าวมักจะมี ลักษณะกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับหน่วยงานภายในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงเรียนในบริเวณใกล้เคียงเพื่อเป็น การส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนรู้เท่าทันปัจจัยเสี่ยงด้านต่าง ๆ

ตารางที่ 3 องค์ประกอบการประเมินวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงตามตัวชี้วัดด้านที่ 3

ชุดตัวชี้วัด	การดำเนินการ
3.1 มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง	✓

3.2 มีการจัดกิจกรรมหรือการรณรงค์ตีสู่ราเนื่องในวันเข้าพรรษา	✓
3.3 มีการจัดกิจกรรม/รณรงค์การพนัน ในกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา	✓
3.4 มีการจัดกิจกรรม/รณรงค์สูบบุหรี่ในวันงดสูบบุหรี่โลก	✗
3.5 มีการจัดกิจกรรม/รณรงค์ต่อต้านยาเสพติดในวันยาเสพติดโลก	✗
3.6 มีการจัดกิจกรรมลดปัจจัยเสี่ยงผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ	✗
3.7 มีการเทศน์หรือบรรยายเรื่องปัจจัยเสี่ยงในวันพระและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา	✓
3.8 มีการส่งเสริมให้มีการอธิษฐาน หรือแสดงเจตจำนงในการลดปัจจัยเสี่ยงในช่วงเข้าพรรษา	✓
3.9 มีการหารือ พูดคุย หรือประชุม กับชุมชน เพื่อสร้างข้อตกลงร่วมกันของชุมชนในการลดปัจจัยเสี่ยง	✓
3.10 มีการอบรมให้ความรู้กับบุคคลทั่วไปในเรื่องการลดปัจจัยเสี่ยง	✓
3.11 มีการส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดกิจกรรม/กีฬา ปลอดภัย เสพติด และอบายมุข	✓
3.12 มีการส่งเสริมให้ร้านค้าภายในชุมชนงดจำหน่ายแอลกอฮอล์และยาสูบในวันพระ และวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา	✗
3.13 มีการสอดแทรกความรู้ที่เกี่ยวกับการลดปัจจัยเสี่ยงในการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน อบรมเยาวชน ค่ายคุณธรรม	✓
3.14 มีการสำรวจข้อมูลภายในชุมชนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพนัน และยาเสพติด	✓
3.15 มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยงในรูปแบบอื่น ๆ	✗

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง วัดต้นแบบมีการดำเนินการมากกว่าร้อยละ 50 ในภาพรวมทุกพื้นที่

✗ หมายถึง วัดต้นแบบมีการดำเนินการน้อยกว่าร้อยละ 50 ในภาพรวมทุกพื้นที่

การจัดกิจกรรมลดปัจจัยเสี่ยงผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า มีวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงเพียงร้อยละ 28 ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook, Line, และ YouTube ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมลดปัจจัยเสี่ยง ถึงแม้ว่าปัจจุบันวัดจะมีการเปิดบัญชีผู้ใช้งานในนามวัดเพื่อใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดหรือเพื่อบอกบุญแก่ประชาชนสำหรับการรับบริจาค วัดแต่ละแห่งจึงมีวัตถุประสงค์ในการใช้งานบัญชีสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความแตกต่างกัน นอกจากนี้ประเด็นที่มีความสำคัญ คือ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นสมาชิกร่วมกับบัญชีผู้ใช้งานของวัด ในบางครั้งอาจเป็นเพียงกลุ่มสมาชิกที่ไม่ได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ ดังนั้นวัดจึงยังไม่เห็นความสำคัญในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในวันสำคัญต่าง ๆ หรือกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง

การใช้โอกาสในกิจกรรมที่ทำเป็นประจำของพระสงฆ์อย่างการเทศน์หรือบรรยายธรรมในวันพระและวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งในการขับเคลื่อนงานลดปัจจัยเสี่ยง โดยร้อยละ 88 ของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงได้ใช้โอกาสในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาในการสอดแทรกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโทษของปัจจัยเสี่ยงทั้งยาสูบ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพนัน และยาเสพติด ซึ่งรูปแบบที่มีความน่าสนใจคือการยกตัวอย่างให้เห็นภาพความเป็นของปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวข้างต้น โดยเฉพาะตัวอย่างบุคคลที่ต้องประสบความ

ยากลำบากจากการเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยง หรือการต้องเสียชีวิตจากการบริโภคยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในมิติของการส่งเสริมให้มีการอธิษฐาน หรือแสดงเจตจำนงในการลดปัจจัยเสี่ยงในช่วงเข้าพรรษาคณะสงฆ์มีวิธีการที่หลากหลายในการส่งเสริมให้คนที่มีความตั้งใจจะลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมงดหรือลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลเข้าพรรษาระยะเวลา 3 เดือน ร้อยละ 78 ของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงได้มีการส่งเสริมให้มีการอธิษฐานหรือแสดงเจตจำนงในการลดปัจจัยเสี่ยงในช่วงเข้าพรรษา ที่ไม่จำกัดเฉพาะการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพียงเท่านั้น ทั้งนี้วิธีการที่สำคัญคือขอให้ผู้ที่มีความตั้งใจจะลดปัจจัยเสี่ยงในช่วงเข้าพรรษา มีความตั้งใจรักษาสัจจะ และให้เกิดบุญกุศลจากการรักษาสัจจะที่ตั้งใจไว้ นอกจากนี้ยังมีการใช้กลยุทธ์อย่างพิถีพิถันที่ถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือสนับสนุนการขับเคลื่อนงานลดปัจจัยเสี่ยง

ประเด็นการหารือ พุทธศุภ หรือประชุมกับชุมชนเพื่อสร้างข้อตกลงร่วมกันของชุมชนในการลดปัจจัยเสี่ยง พบข้อสังเกตประการหนึ่งที่สำคัญ คือ วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงร้อยละ 63 มีการดำเนินการในประเด็นดังกล่าว โดยมีปัจจัยที่สำคัญเนื่องจากปัจจัยเสี่ยงที่ประกอบด้วยยาสูบ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพนัน และยาเสพติด เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับพระสงฆ์ทั้งกฎหมายบ้านเมือง และมติมหาเถรสมาคมที่ขอความร่วมมือให้วัดปฏิบัติตามระเบียบและกฎหมาย ดังนั้นจะพบเห็นความพยายามของวัดที่จะขอความร่วมมือไปยังชุมชนเพื่อช่วยควบคุมปัจจัยเสี่ยงดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสูบบุหรี่ภายในบริเวณวัด หรือการแอบลักลอบนำเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้ามาดื่มในงานบวช

การเกิดขึ้นของธรรมนูญสุขภาพพระสงฆ์แห่งชาติ พ.ศ. 2560 และการจัดอบรมพระคิลานุปัฏฐากที่มีส่วนสำคัญอย่างมากในการพัฒนาบุคลากรทางพระพุทธศาสนาที่มีองค์ความรู้พื้นฐานด้านทางด้านสาธารณสุข และการควบคุมปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ ร้อยละ 56 ของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง มีการพัฒนากิจกรรมในลักษณะของการอบรมให้ความรู้กับบุคคลทั่วไปในเรื่องการลดปัจจัยเสี่ยงทั้งในรูปแบบของการลงพื้นที่ชุมชนร่วมกับบุคลากรด้านสาธารณสุข การเป็นวิทยากรร่วมบรรยายในโอกาสต่าง ๆ โดยในอนาคตหากเกิดการขับเคลื่อนงานลดปัจจัยเสี่ยงที่ได้ผลลัพธ์ที่นำไปสู่การลดปัจจัยเสี่ยงในชุมชนได้อย่างมีนัยสำคัญ

ในแง่ของบทบาทของพระสงฆ์ในการส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมหรือกีฬา ปลอดภัย เสพติด และอบายมุข เป็นไปในลักษณะของการถือกุหลาบที่วัดให้ส่วนราชการ หรือกลุ่มผู้สูงอายุเข้ามาใช้พื้นที่สำหรับการทำกิจกรรมหรือการออกกำลังกาย ร้อยละ 63 ของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมและกีฬาภายในชุมชน ทั้งการสนับสนุนงบประมาณสมทบสำหรับการจัดกิจกรรม การสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์และการเตรียมสถานที่ ความสัมพันธ์ระหว่างวัดกับชุมชนในพื้นที่ที่ห่างไกลจากความเป็นเมือง พระสงฆ์เป็นผู้นำตามธรรมชาติในชุมชนที่มีบทบาทและหน้าที่ที่มีความหลากหลาย อาจเห็นบทบาทของพระสงฆ์ในการช่วยจัดเตรียมสถานที่สำหรับการจัดกิจกรรมแข่งขันกีฬาระหว่างเยาวชนในชุมชน

การขับเคลื่อนการลดปัจจัยเสี่ยงในชุมชนโดยวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง หนึ่งในปัจจัยสำคัญคือความพยายามในการจำกัดการเข้าถึงปัจจัยเสี่ยงดังกล่าว โดยเฉพาะจากร้านค้าภายในชุมชนที่มักจะมีการจัดจำหน่ายบุหรี่และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 42 ของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง มีการส่งเสริมให้ร้านค้า

ภายในชุมชนจดจำหน่วยแอลกอฮอล์และยาสูบในวันพระ และวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา โดยดำเนินการในลักษณะของการแจ้งเพื่อทราบเรื่องของเวลาในการจัดจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามที่กฎหมายกำหนด หรือการห้ามมิให้จัดจำหน่ายในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เพื่อสร้างความตระหนักแก่ผู้ประกอบการถึงการปฏิบัติตามกฎหมาย นอกจากนี้วัดและพระสงฆ์ยังเชิญชวนให้ร้านค้าและผู้ประกอบการงดการจำหน่ายบุหรืและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มเติมในโอกาสต่าง ๆ อาทิ วันพระ หรือเพิ่มเติมวันทั้งดจำหน่ายอย่างทุก ๆ วัน พุทธศักราช เป็นต้น

การสอดแทรกความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยงในการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน อบรมเยาวชน ค่ายคุณธรรม วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง ร้อยละ 75 พบว่ามีการสอดแทรกความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยงในการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน อบรมเยาวชน ค่ายคุณธรรม ทั้งเป็นการจัดบรรยายโดยพระพี่เลี้ยง หรือพระอาจารย์ที่เป็นวิทยากรประจำโครงการ หรือจัดในรูปแบบของการเชิญวิทยากรจากภายนอกมาให้ความรู้ในประเด็นของโทษภัยของบุหรืและยาเสพติด ซึ่งเป็นสิ่งที่เด็กและเยาวชนสามารถเข้าถึงได้แม้มีอายุไม่มากนัก ซึ่งการกำหนดให้หลักสูตรการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน อบรมเยาวชน หรือค่ายคุณธรรม มีเนื้อหาส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยงจะมีส่วนสำคัญในการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเด็กและเยาวชน

การสำรวจข้อมูลภายในชุมชนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบุหรื เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพนัน และยาเสพติด พบว่า มีวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงเพียงร้อยละ 31 ที่ดำเนินการสำรวจข้อมูลภายในชุมชน โดยในชุมชนที่มีพื้นที่ขนาดเล็ก วัดมีความสัมพันธ์กับผู้คนในชุมชนและเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง วัดสามารถเป็นผู้จัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเสี่ยงในระดับครัวเรือนเพื่อเก็บเป็นฐานข้อมูลสำหรับการขับเคลื่อนกิจกรรมลดปัจจัยเสี่ยงในอนาคต หรือการใช้โอกาสวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาที่คนในชุมชนเดินทางมาร่วมทำบุญที่วัดเป็นโอกาสสำคัญในการสำรวจเพื่อบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคยาสูบ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การพนัน และการยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด สำหรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมด้านสุขภาพอย่างการสูบบุหรืและการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทางวัดและพระสงฆ์สามารถบูรณาการการทำงานร่วมกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) ในการตรวจสอบความชุกของผู้บริโภคปัจจัยเสี่ยงดังกล่าว ซึ่งการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานด้านสาธารณสุขกับวัดและคณะสงฆ์ อาจส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนงานลดปัจจัยเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดกิจกรรมในรูปแบบอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือจากตัวชี้วัดกิจกรรมดังกล่าวข้างต้นของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง เป็นไปในลักษณะของการคิดค้นกิจกรรมหรือนวัตกรรมทางสังคมที่มีความสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ โดยการสานต่อกิจกรรมการณรงค์ลดปัจจัยเสี่ยงเดิมที่มีการขับเคลื่อนเป็นประจำในโอกาสหรือวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา หรือการพัฒนากิจกรรมขึ้นมาใหม่แต่ยังคงมุ่งเน้นการปรับสภาพแวดล้อมของวัดและชุมชนให้เป็นสถานที่ที่ไม่เอื้อต่อการสูบบุหรื หรือการควบคุมปัจจัยเสี่ยงอื่น ๆ ตัวอย่างกิจกรรมที่มีการทดลองจัดทำขึ้นภายใต้การขับเคลื่อนโครงการการพัฒนาเครือข่ายลดปัจจัยเสี่ยงตามแนวพระพุทธศาสนา อาทิ การทดลองทำป้ายห้ามจำหน่ายสลากกินแบ่งในเขตพุทธาวาส เพื่อเป็นการทดลองจำกัดจุดจำหน่ายสลากกินแบ่งไม่ให้ล้ำเข้ามาในพื้นที่ที่พระสงฆ์จะสามารถซื้อได้อย่างสะดวก นอกจากจะเป็นการจัดการเรื่องของ

อบายมุข 6 ตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาแล้ว ยังเป็นการจัดการพื้นที่ภายในวัดให้เป็นระเบียบ ซึ่งส่งผลต่อการจัดการพื้นที่ของวัดในการจัดการปัญหาเรื่องของปัจจัยเสี่ยงอื่น ๆ ต่อไป

4) ตัวชี้วัดด้านที่ 4: ภาวศึรื้อช่ย

การส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับผู้นำชุมชน เป็นบทบาทหนึ่งของพระสงฆ์ตามธรรมนูญสุขภาพพระสงฆ์ ปีพ.ศ. 2560 ที่มีหลักการแนวคิดในการส่งเสริมบทบาทของพระสงฆ์ในการทำงานร่วมกับภาวศึรื้อช่ย และเป็นผู้นำด้านสุขภาวะของชุมชนและสังคม ซึ่งรวมไปถึงการทำงานร่วมกับผู้นำชุมในการลดปัจจัยเสี่ยงและส่งเสริมสุขภาวะ ทั้งนี้ จากผลการประเมินตนเอง พบว่า มีวัดต้นแบบที่ดำเนินการตามตัวชี้วัดดังกล่าวร้อยละ 71

สำหรับตัวชี้วัดการส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับโรงเรียน พบว่า มีวัดต้นแบบที่ดำเนินการร้อยละ 75 มีเพียงร้อยละ 25 ของวัดต้นแบบที่ยังไม่ดำเนินการตามตัวชี้วัดดังกล่าว ทั้งนี้ การที่วัดต้นแบบส่วนใหญ่มีการดำเนินงานส่งเสริมความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับโรงเรียน มีสาเหตุสำคัญประการหนึ่งมาจากการที่โรงเรียนเปรียบเสมือนเป็นภาวศึรื้อช่ยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อองค์กรคณะสงฆ์ในการทำงานเผยแผ่พระพุทธศาสนา และส่งเสริมสุขภาวะเชิงพุทธ โดยดำเนินการผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ตลอดจนการที่พระสงฆ์เข้าไปมีบทบาทในฐานะครูพระสอนศีลธรรมในโรงเรียน จึงเป็นช่องทางหนึ่งในการดำเนินงานส่งเสริมความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับโรงเรียน

การส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับเครือข่ายวัดอื่นๆ พบว่า มีวัดต้นแบบที่ดำเนินการตามตัวชี้วัดดังกล่าวร้อยละ 56 ขณะที่วัดต้นแบบร้อยละ 44 ยังไม่มีการดำเนินการในประเด็นตัวชี้วัดดังกล่าว ทั้งนี้ หากพิจารณาจากผลการประเมินวัดต้นแบบตามตัวชี้วัดดังกล่าวพบว่า การที่วัดต้นแบบมีการส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับเครือข่ายวัดอื่นๆ อาจมีสาเหตุสำคัญมาจากการขับเคลื่อนเชิงนโยบายของคณะสงฆ์ในแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายของคณะสงฆ์ในระดับเจ้าคณะจังหวัด ระดับเจ้าคณะอำเภอ และระดับเจ้าคณะตำบล ซึ่งแต่ละพื้นที่ที่มีการขับเคลื่อนการทำงานในเชิงนโยบายที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 องค์ประกอบการประเมินวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงตามตัวชี้วัดด้านที่ 4

ชุดตัวชี้วัด	การดำเนินการ
4.1 ส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับผู้นำชุมชน	✓
4.2 ส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับโรงเรียน	✓
4.3 ส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับเครือข่ายวัดอื่น ๆ	✓
4.4 ส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับหน่วยงานบริการด้านสุขภาพในพื้นที่ อาทิ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) หรือโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.)	✓
4.5 ส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	✓

ชุดตัวชี้วัด	การดำเนินการ
4.6 ส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ (กอ.รมน./กระทรวงวัฒนธรรม/พระพุทธศาสนาแห่งชาติ/สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด/โรงพยาบาลระดับจังหวัด)	✓
4.7 ส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับองค์กรภาคเอกชน	✓
4.8 ส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคม	✓
4.9 มีการสนับสนุนให้วัดและหน่วยงานอื่น ๆ จัดทำโครงการป้องกัน ลดปัจจัยเสี่ยง ผ่านกองทุนหลักประกันสุขภาพในระดับพื้นที่	✗
4.10 มีการทำงานร่วมกับโครงการของคณะสงฆ์ เช่น โครงการหมู่บ้านรักษาศีล 5, หน่วยอบรมประชาชนประจำตำบล, วัด ประชา รัฐ สร้าง สุข	✓
4.11 มีการจัดกิจกรรมการลดปัจจัยเสี่ยงที่มีส่วนร่วมจากชุมชน	✓
หมายเหตุ:	✓ หมายถึง วัดต้นแบบมีการดำเนินการมากกว่าร้อยละ 50 ในภาพรวมทุกพื้นที่ ✗ หมายถึง วัดต้นแบบมีการดำเนินการน้อยกว่าร้อยละ 50 ในภาพรวมทุกพื้นที่

การส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับหน่วยงานบริการด้านสุขภาพในพื้นที่พบว่า จากการประเมินตนเองมีวัดต้นแบบที่ดำเนินการตามตัวชี้วัดดังกล่าว ถึงร้อยละ 83 ทั้งนี้ หากพิจารณาผลการประเมิน พบว่า การส่งเสริมความร่วมมือในประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับนโยบายการบริหารกิจการคณะสงฆ์ในประเด็นด้านการสาธารณสุขสงเคราะห์ โดยเฉพาะการดำเนินการช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่างๆ ที่ไม่ขัดต่อพระธรรมวินัย ซึ่งแต่เดิมเป็นการช่วยเหลือทางวัตถุและสิ่งของเท่านั้น

ภายใต้การเกิดแผนปฏิรูปกิจการพระพุทธศาสนา ปีพ.ศ.2560 ส่งผลให้เกิดการยกระดับการทำงานของงานบริหารกิจการคณะสงฆ์ทั้งหกด้าน โดยในงานบริหารกิจการคณะสงฆ์ด้านการสาธารณสุขสงเคราะห์ ได้มีการยกระดับการทำงานในด้านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งจากภาครัฐ ภาควิชาการ ภาวประชาสังคม ภาคเอกชน ตลอดจนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการบูรณาการความร่วมมือเพื่อให้เกิดกิจกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกับภาคีเครือข่าย ทั้งนี้ จากผลการประเมินตนเองในด้านการส่งเสริมความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบว่า มีวัดที่ส่งเสริมความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงในประเด็นดังกล่าวร้อยละ 62 ในขณะที่ ร้อยละ 38 ของวัดต้นแบบยังไม่ได้ดำเนินการในประเด็นตามตัวชี้วัดดังกล่าว

สำหรับการส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ถือเป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญของการยกระดับงานบริหารกิจการคณะสงฆ์ด้านการสาธารณสุขสงเคราะห์ ที่มุ่งดำเนินการสร้างเครือข่ายทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคเอกชน ในการบูรณาการความร่วมมือเพื่อให้เกิดกิจกรรมการพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมกับภาคีเครือข่าย ทั้งนี้ จากผลการประเมินตนเองในด้านการส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ พบว่า มีวัดที่ส่งเสริมความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงในประเด็นดังกล่าวร้อยละ 61 ในขณะที่ ร้อยละ 39 ของวัดต้นแบบยังไม่ได้ดำเนินการในประเด็นตามตัวชี้วัดดังกล่าว

ตัวชี้วัดการส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับองค์กรเอกชน พบว่า มีวัดที่ส่งเสริมความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงในประเด็นดังกล่าวเพียงร้อยละ 29 ในขณะที่ร้อยละ 71 ยังไม่มีการส่งเสริมความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงในประเด็นดังกล่าว หากพิจารณาจากผลการประเมินตนเองจะพบว่าความร่วมมือระหว่างวัดกับภาคีเครือข่ายองค์กรภาคเอกชนส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นในรูปแบบของกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะเน้นไปที่งานด้านการสร้าง การทำนุบำรุง เป็นสำคัญ อีกทั้งองค์กรภาคเอกชนที่ร่วมส่วนใหญ่เป็นการส่งเสริมให้มีความร่วมมือในระยะสั้น ตามรูปแบบระยะเวลาการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม การที่มีวัดต้นแบบส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับองค์กรภาคเอกชนร้อยละ 29

การส่งเสริมให้มีความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับภาคประชาสังคม พบว่า มีวัดที่ส่งเสริมความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงในประเด็นดังกล่าวเพียงร้อยละ 37 ในขณะที่ร้อยละ 63 ยังไม่มีการส่งเสริมความร่วมมือการทำงานลดปัจจัยเสี่ยงในประเด็นดังกล่าว ในการนี้ หากพิจารณาจากผลการประเมินตนเองจะพบว่า การทำงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับภาคประชาสังคมส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากการขับเคลื่อนในเชิงนโยบายของภาครัฐ และองค์กรคณะสงฆ์ในการขับเคลื่อนการลดปัจจัยเสี่ยงในพื้นที่ อย่างไรก็ตามการที่วัดต้นแบบยังไม่มีกรดำเนินงานลดปัจจัยเสี่ยงร่วมกับองค์กรภาคประชาสังคมนั้น อาจมีสาเหตุสำคัญประการหนึ่งคือการขาดช่องทางและการมีข้อจำกัดในการเชื่อมประสานระหว่างวัดกับภาคีเครือข่ายองค์กรภาคประชาสังคม

การสนับสนุนให้วัดและหน่วยงานอื่นๆ จัดทำโครงการป้องกัน ลดปัจจัยเสี่ยง ผ่านกองทุนหลักประกันสุขภาพในระดับพื้นที่ แม้ว่าในระยะหลังจะมีการส่งเสริมบทบาทพระสงฆ์ในการจัดทำโครงการป้องกัน ลดปัจจัยเสี่ยง ผ่านกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับพื้นที่มากขึ้น อย่างไรก็ตาม จากผลการประเมินตนเองพบว่า ร้อยละ 62 ของวัดต้นแบบยังไม่ได้ดำเนินการตามตัวชี้วัดดังกล่าว มีเพียงร้อยละ 38 ของวัดต้นแบบที่ดำเนินโครงการป้องกัน ลดปัจจัยเสี่ยงผ่านกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับพื้นที่ ทั้งนี้ สาเหตุสำคัญประการหนึ่งคือการขาดการเชื่อมประสานระหว่างวัด และหน่วยงานผู้รับผิดชอบ ในการให้ข้อมูลและส่งเสริมวัดให้เข้าถึงกองทุนหลักประกันสุขภาพในระดับพื้นที่ ส่งผลทำให้หลายวัดอาจยังไม่ทราบถึงข้อมูลและแนวทางการสนับสนุนจากกองทุนหลักประกันสุขภาพในระดับพื้นที่

ประเด็นการทำงานร่วมกับโครงการของคณะสงฆ์ เช่น โครงการหมู่บ้านรักษาศีล 5, หน่วยอบรมประชาชนประจำตำบล, วัด ประชา รัฐ สร้าง สุข จากผลการประเมินตนเองพบว่า ร้อยละ 85 ของวัดต้นแบบมีการดำเนินการตามตัวชี้วัดดังกล่าว มีเพียงร้อยละ 15 ของวัดของวัดต้นแบบที่ยังไม่ได้ดำเนินการในประเด็นตามตัวชี้วัดดังกล่าว ทั้งนี้ เนื่องจากโครงการของสงฆ์ อาทิ โครงการหมู่บ้านรักษาศีล 5, หน่วยอบรมประชาชนประจำตำบล หรือวัด ประชา รัฐ สร้าง สุข เป็นงานที่มีความสอดคล้องและดำเนินการภายใต้หลักกิจกรรมคณะสงฆ์หกประการ ประกอบด้วย ด้านการเผยแผ่ ด้านการปกครอง ด้านการศาสนศึกษา ด้านการศึกษา สงเคราะห์ ด้านการสาธารณูปการ และด้านการสาธารณสงเคราะห์ โดยหลักกิจกรรมคณะสงฆ์หกประการถือว่า

เป็นกรอบแนวทางสำคัญในการทำงานขององค์กรคณะสงฆ์ ดังนั้นจึงเป็นเหตุและที่มาของการทำงานร่วมกับโครงการคณะสงฆ์

หลักการสำคัญประการหนึ่งของธรรมนูญสุขภาพพระสงฆ์แห่งชาติ ปี พ.ศ.2560 ได้แก่ การส่งเสริมบทบาทของพระสงฆ์ในการเป็นผู้นำด้านสุขภาวะของชุมชนและสังคม ส่งเสริมให้วัดและพระสงฆ์มีบทบาทในการดูแลและเสริมสร้างสุขภาวะแก่ชุมชนและสังคม ทั้งนี้ จากผลการประเมินตนเองในด้านการจัดกิจกรรมการลดปัจจัยเสี่ยงที่มีส่วนร่วมจากชุมชน พบว่า มีวัดต้นแบบที่ดำเนินการตามตัวชี้วัดดังกล่าวร้อยละ 60 ขณะที่ร้อยละ 40 ของวัดต้นแบบยังไม่มีดำเนินการในประเด็นดังกล่าว เมื่อพิจารณาผลการประเมินตนเองจะพบว่า การที่วัดต้นแบบมีการดำเนินกิจกรรมการลดปัจจัยเสี่ยงที่มีส่วนร่วมจากชุมชน ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นได้จากนโยบายของหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรคณะสงฆ์ ในการส่งเสริมและขับเคลื่อนการลดปัจจัยเสี่ยงในชุมชนผ่านกิจกรรมต่างๆ ประเพณี วัฒนธรรม และวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ตลอดจนการขับเคลื่อนผ่านโครงการของคณะสงฆ์

การดำเนินกิจกรรมตามข้อกำหนดจากมติมหาเถรสมาคม ข้อกำหนดที่มีลักษณะบังคับใช้ตามกฎหมาย หรือลักษณะโครงการและกิจกรรมที่มีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน จะมีส่วนช่วยให้พระสงฆ์และวัดต่าง ๆ ดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับมาตรการที่กำหนด และโดยเฉพาะอย่างยิ่งมติมหาเถรสมาคมที่มีลักษณะเป็นคำสั่งคล้ายกับกฎหมายบ้านเมือง การละเลยหรือไม่ดำเนินการตามมติดังกล่าวอาจเป็นเรื่องที่ไม่สามารถกระทำได้ ขณะที่เมื่อพิจารณาจากตัวชี้วัดด้านที่ 2 ซึ่งพิจารณาในมิติที่มีขนาดย่อยลงมาในระดับวัดและชุมชน จะเห็นได้ว่า หากไม่มีการบังคับทั้งจากทางข้อกำหนดกฎหมายบ้านเมือง และมติมหาเถรสมาคม กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยงในรูปแบบที่เป็นทางการ จะมีระดับของการดำเนินการที่ลดลง เนื่องจากการไม่มีนโยบายในระดับวัด หรือการส่งเสริมให้เกิดนโยบายเชิงรุกเพื่อการลดปัจจัยเสี่ยงไม่ได้เป็นเรื่องที่ผิด และอาจมีหน่วยงานในพื้นที่ที่ดำเนินการดังกล่าวอยู่บ้างแล้ว ขณะที่ตัวชี้วัดด้านที่ 3 ที่มุ่งเน้นการประเมินการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดปัจจัยเสี่ยง พบว่า มีการดำเนินการที่น้อยกว่าตัวชี้วัดก่อนหน้าทั้ง 2 ตัวชี้วัด โดยเฉพาะกิจกรรมที่แม้จะเป็นวันสำคัญที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเสี่ยงอย่าง วันงดสูบบุหรี่โลก และวันยาเสพติดโลก ก็ยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากวัดในการจัดกิจกรรมลดปัจจัยเสี่ยงในวันดังกล่าว แต่หากกิจกรรมลดปัจจัยเสี่ยงเป็นกิจกรรมที่สามารถจัดขึ้นในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาอย่างการณรงคังคตัมสูตราเนื่องในวันเข้าพรรษา กลับเป็นสิ่งที่วัดสามารถดำเนินการได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากใช้โอกาสวันสำคัญทางศาสนาในการจัดกิจกรรมสอดแทรกเพิ่มเติมเรื่องการลดปัจจัยเสี่ยงผนวกเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในภาพรวม สำหรับตัวชี้วัดที่ 4 ด้านภาคีเครือข่าย จะเป็นตัวชี้วัดที่วัดในปัจจุบันมีศักยภาพและความสามารถในการดำเนินการได้เป็นอย่างดี ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะปัจจุบัน คณะสงฆ์โดยมหาเถรสมาคมได้มีการส่งเสริมบทบาทให้วัดดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่อาศัยการมีส่วนร่วมจากภาคีเครือข่ายมากยิ่งขึ้น เช่น โครงการวัดประชา รัฐ สร้างสุข ที่เน้นการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชนในพื้นที่ ในการสร้างกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์ของวัด

การอภิปรายผลการวิจัย

การประเมินวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงเพื่อพัฒนาเครือข่ายลดปัจจัยเสี่ยงตามแนวพระพุทธศาสนาที่ดำเนินการโดยอาศัยแบบประเมินตนเองตามตัวชี้วัด “วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยง” ซึ่งเป็นการดำเนินการควบคู่กันระหว่างการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพช่วยให้เห็นถึงภาพรวมของวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงกับข้อมูลเชิงลึกที่เป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการกลายเป็นวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพ โดยที่วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงมีการควบคุมกำกับด้วยมาตรฐานและแนวปฏิบัติของมหาเถรสมาคมในฐานะสถาบันทางพระพุทธศาสนา ขณะที่สถาบันทางกฎหมายมีบทบาทในการทำให้วัดกลายเป็นพื้นที่ควบคุมต่อการผลิตปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพอย่างการสูบบุหรี่ แอลกอฮอล์ และการพนันออกจากพื้นที่แห่งนี้ และทดแทนด้วยกิจกรรมทางสังคมที่ผสมผสานวิถีทางพระพุทธศาสนาเข้ามามีส่วนร่วมต่อการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนให้ห่างไกลจากปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพ อีกทั้งยังจำเป็นต้องอาศัยความเป็นเครือข่ายทางสังคมที่เข้มแข็งงานศึกษาของสิริทรัพย์ สีหะวงษ์, ปิยณัฐ สร้อยคำ, วิภาพรรณ ตระกูลสันติรัตน์, และเกริก พิสัยพันธ์. (2567) แสดงให้เห็นว่าวัดสามารถเป็นพื้นที่สำหรับการควบคุมปัจจัยเสี่ยงอย่างการบริโภคบุหรี่และการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งการสนับสนุนให้พระสงฆ์มีความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับโทษและความอันตรายจากการบริโภคบุหรี่และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนการส่งเสริมให้พระสงฆ์เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับคนในชุมชน อีกทั้งชุมชนควรสนับสนุนการจัดหาป้ายงดสูบบุหรี่และสุรา และสร้างให้เกิดการรณรงค์งดจำหน่ายบุหรี่และสุราจากร้านค้าชุมชนในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ที่จะเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการลดปัจจัยเสี่ยง ซึ่งประเด็นเหล่านี้ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดวัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงไปยังชุมชนต่าง ๆ ต่อไป

เมื่อพิจารณาในแง่ของการขับเคลื่อนกันเป็นเครือข่ายทางสังคมตามข้อเสนอของ ชลวิทย์ เจียรจิตต์ และสายชล ปัญญชิต (2565) วัดต้นแบบลดปัจจัยเสี่ยงเป็นการขับเคลื่อนระดับพื้นที่เป็นหลักและมีการหนุนเสริมด้วยการขับเคลื่อนระดับวิชาการและนโยบายตามลำดับ โดยที่วัดระดับพื้นที่เป็นผู้ขับเคลื่อนกิจกรรมการลดปัจจัยเสี่ยงเป็นหลักภายใต้องค์ความรู้ทางวิชาการของสถาบันวิชาการที่ครอบคลุมทั้งด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ ขณะที่การขับเคลื่อนระดับนโยบายเป็นการขับเคลื่อนที่ให้ความสำคัญกับสถาบันพระพุทธศาสนาในระดับนโยบายของมหาเถรสมาคมและกรอบกฎหมายที่บังคับใช้โดยสถาบันกฎหมาย อีกทั้งยังมีสถาบันสุขภาพอย่างสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องร่วมด้วย ขณะที่ข้อเสนอเกี่ยวกับการเสริมสร้างสุขภาพและการเรียนรู้ของสังคมตามแนวพระพุทธศาสนา ของพระมหาสุทิตย์ อาภาภโร และคณะ (2557) ได้สรุปให้เห็นว่าการดำเนินกิจกรรมของพุทธศาสนาเพื่อสังคมในภาคใต้กลุ่มนี้ ได้สร้างคุณูปการสำคัญ 3 ประการได้แก่ 1) การยกระดับกระบวนการทำงานให้พระสงฆ์ในพื้นที่เข้าใจสถานการณ์ของปัญหา 2) สร้างความเข้าใจการทำงานบนพื้นฐานของความหลากหลายทางศาสนา และ 3) ได้สนับสนุนกิจกรรมให้พระสงฆ์ในพื้นที่ออกปฏิบัติศาสนกิจร่วมกับประชาชนเยาวชนได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ในพื้นที่

การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมและสุขภาพให้อื้ออำนวยต่อการเกิดวัฒนธรรมแบบลดปัจจัยเสี่ยง จำเป็นต้องอาศัยการสะสมทุนทางจิตวิญญาณ (Spiritual Capital) ของผู้คนที่มื่อสถาบันพระพุทธรศาสนา โดย อริยญา ศิริผล (2562) ชี้ให้เห็นถึงปฏิบัติการและการปรับตัวของสถาบันทางศาสนาที่เข้ามามีส่วนร่วมต่อการดูแลคุณภาพชีวิตของผู้คนผ่านงาน 5 ด้านสำคัญ ได้แก่ งานศึกษาสงเคราะห์ โรงเรียน หอพัก สถานสงเคราะห์ และการดูแลโบสถ์ กิจกรรมทางสังคมร่วมกันเหล่านี้เป็นเสมือนการก่อรูปปฏิสัมพันธ์ระหว่างปฏิบัติการทางศาสนาที่หลอมรวมกันเป็นระบบคุณค่า การจัดระเบียบทางสังคม และการให้ความหมายของชีวิต อีกทั้งปฏิบัติการทางศาสนาในเชิงสถาบันเป็นความทับซ้อนและแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันที่ทำหน้าที่ตอบสนองต่อกันอย่างเข้มข้นโดยเฉพาะสถาบันทางศาสนากับสถาบันทางการศึกษา การผลักดันการเรียนรู้ค่านิยมและรากของวัฒนธรรมของประเทศต้นทางให้เป็นหน้าที่ของสถาบันทางการศึกษา เพื่อสนองตอบกลับมายังการเข้าถึงความเชื่อของสถาบันทางศาสนา เช่นเดียวกันกับข้อเสนอของเวเบอร์ในเรื่อง The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism ที่ชี้ให้เห็นถึงแบบแผนการปฏิบัติของศาสนิกชนและการมีพฤติกรรมทางสังคมที่เป็นส่วนหนึ่งของปฏิบัติการเพื่อการหลุดพ้นไปอยู่กับพระเจ้าในช่วงวาระสุดท้ายของชีวิตของผู้ที่นับถือศาสนาคริสต์นิกายโปรเตสแตนต์นิกายคาลวิน (Calvinism) โดยงานชิ้นดังกล่าวของเวเบอร์ได้ถูกนำพิจารณาเวลาทางสังคมของศาสนาคริสต์ที่เดินไปเป็นเส้นตรง (Linear Time) การใช้ชีวิตประจำวันของผู้ที่นับถือศาสนาคริสต์นิกายโปรเตสแตนต์นิกายคาลวินจึงมุ่งไปสู่การประกอบอาชีพและเก็บสะสมกำไรจากการประกอบอาชีพไปใช้ลงทุนอย่างต่อเนื่อง พื้นฐานของงานเวเบอร์ได้นำมาสู่การต่อยอดและทำความเข้าใจศาสนาในฐานะสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับผู้คนในระดับชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังก่อให้เกิดการเห็นปฏิบัติการจากระดับชีวิตประจำวันไปสู่การประกอบสร้างความเป็นสถาบันทางศาสนาที่มีความเข้มแข็งได้ต่อไป (อริยญา เฟื่องฟูสกุล, 2553)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

การขับเคลื่อนการสร้างเครือข่ายลดปัจจัยเสี่ยงตามแนวพระพุทธรศาสนาจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบของการพัฒนาวัฒนธรรมแบบลดปัจจัยเสี่ยง ซึ่งครอบคลุมการสร้างสภาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคม และสุขภาพที่เหมาะสมผ่านการประเมินตามตัวชี้วัดด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างเป็นกระบวนการ มีมาตรฐาน และสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนโดยมีสถาบันพระพุทธรศาสนาเป็นแกนกลางได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ควรมีการศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของวัฒนธรรมแบบลดปัจจัยเสี่ยงต่อคนในชุมชนทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสุขภาพ เพื่อให้เห็นภาพการลดปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพที่มีสถาบันพระพุทธรศาสนาเป็นแกนกลางอย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง/References

- ชลวิทย์ เจียรจิตต์, ชัยวัชร พรหมจิตติพงศ์ และธันนิกันต์ สุญสินภัย. (2565). สู่สังคมสุขภาวะ: การพัฒนาเครือข่ายสุขภาวะขององค์กรพระพุทธศาสนาจังหวัดนครนายกและสระแก้ว. *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*. 18(2), 132-156.
- ชลวิทย์ เจียรจิตต์, และสายชล ปัญญชิต. (2565). สังคม สุขภาวะ: บทวิเคราะห์ทางสังคมวิทยาเกี่ยวกับการสร้างสุขภาวะวิถีพุทธขององค์กรพระพุทธศาสนา. พิมพ์ครั้งที่ 2. พระนครศรีอยุธยา: สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ชลวิทย์ เจียรจิตต์. (2566). ชุมชน 5.0. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: นิติธรรมการพิมพ์.
- ธานี สุวรรณประทีป, วุฒินันท์ กันทะเตียน และพงษ์พัฒน์ ไหมจันทร์ดี. (2565). รูปแบบการเสริมสร้างสุขภาวะวิถีพุทธเพื่อป้องกันการดื่มแอลกอฮอล์และการสูบบุหรี่ในเยาวชนไทย. *วารสารพุทธศาสนศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. 29(2), 54-74.
- พระมหาสุทนต์ อาภากร, ณัฏฐ์ ศรีดี, พระครูพิพิธสุตาทร (บุญช่วย), จักรกริช สังขมณี, พระราชวรมณี (พล), และวันชัย พลเมืองดี. (2556). การพัฒนาระบบการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายองค์กรพระพุทธศาสนาในประเทศไทย. พระนครศรีอยุธยา: โครงการวิจัยการพัฒนาระบบการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายองค์กรพระพุทธศาสนาในประเทศไทย สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). *กระแสรักสุขภาพจากโควิด สร้างโอกาสธุรกิจ SME*. สืบค้นจาก https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/ksmeknowledge/article/ksmeanalysis/pages/healthtrend_sme.aspx.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2566). รายงานสุขภาพคนไทย พ.ศ. 2566: คำ สัญญาของไทยใน “คอป” (COP: Conference of Parties) กับการรับมือ “โลกรวน”. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ร่วมกับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- สายชล ปัญญชิต. (2565). พฤติกรรมการป้องกันปัจจัยเสี่ยงทางสุขภาพของสามเณรวัยใสในภาคกลางและภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารประชากรศาสตร์*. 38(2), 28-49.
- สิริทรัพย์ สีหะวงษ์, ปิยณัฐ สร้อยคำ, วิภาพรรณ ตระกูลสันติรัตน์, และเกริก พิสัยพันธ์. (2567). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาวัดควบคุมการบริโภคบุหรี่ยและแอลกอฮอล์ในจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพและสุขภาวะ*. 28(1), 63-76.
- อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2553). ศาสนา. ใน *ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (บ.ก.), แนวความคิดพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม* (หน้า 79-92). เชียงใหม่: ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อรัญญา ศิริผล. (2562). *ปฏิบัติการศาสนา พุทธจริยญาณ กับการเมืองวัฒนธรรมจีนในชายแดนไทยภาคเหนือ*. เชียงใหม่: ศูนย์วิจัยและบริการวิชาการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Burrows, R., Nettleton, S., & Bunton, R. (1995). Sociology and health promotion: health, risk and consumption under late modernism. In Robin Bunton, Roger Burrows, & Sarah Nettleton (eds.), *The sociology of health promotion: Critical analyses of consumption, lifestyle and risk*. (pp. 1-10). London: Routledge.

Famer, P. (1992). *AIDS and Accusation: Haiti and the Geography of Blame*. California: University of California Press.

Flecha, R. (2020). Contributions from Social Theory to Sustainability for All. *Sustainability*. 12(23), 9949. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su12239949>.

แนวทางการปรับใช้ระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย: กลไกการกระตุ้นและควบคุมพฤติกรรมของผู้คน

Guidelines for Implementation of Social Credit Systems in Thailand: Mechanisms to Motivate and Control People's Behavior

สรัญญา เทรรัตน์ ปกป้อง ส่องเมือง และธีระ สิ้นเดชารักษ์**

Saranya Tarat, Pokpong Songmuang, Teera Sindecharak

คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Sociology and Anthropology, Thammasat University

E-mail: teera.sd@gmail.com **

Date Received : 28 April 2023 Date Revised : 29 August 2024

Date Accepted : 29 August 2024 Date Published online : 27 September 2024

บทคัดย่อ

การควบคุมทางสังคมเป็นหนึ่งในกลไกที่สำคัญที่นำมาสู่การสร้างความเป็นระบบของสังคม เพื่อให้ประชาชนสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข ระบบเครดิตทางสังคมเป็นหนึ่งในรูปธรรมของการควบคุมทางสังคมที่รัฐสร้างขึ้นเพื่อให้พลเมืองเกิดการควบคุมการแสดงพฤติกรรมของตนเอง การดำเนินระบบเครดิตทางสังคมดำเนินไปควบคู่กับกระบวนการให้รางวัลและลงโทษ เพื่อให้สมาชิกในสังคมเกิดความตระหนักถึงผลที่จะตามมาของการกระทำและการยับยั้งชั่งใจในการแสดงพฤติกรรมของตนเองที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบแก่ตนเอง การนำระบบเครดิตทางสังคมไปใช้ในแต่ละประเทศนั้นมีความแตกต่างกันออกไปตามบริบทการเมือง การปกครองและสังคมวัฒนธรรมของประเทศนั้น ๆ หากประเทศไทยนำแนวคิดระบบเครดิตทางสังคมมาประยุกต์ใช้ในสังคมไทยจำเป็นจะต้องมีการวางแผนแนวทางการดำเนินที่เหมาะสมกับบริบทสังคม งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งศึกษาแนวทางการนำระบบเครดิตทางสังคมมาใช้ในประเทศไทย โดยอาศัยการทบทวนกรณีศึกษาประเทศสหรัฐอเมริกาและสาธารณรัฐประชาชนจีน ร่วมกับการสัมภาษณ์หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคประชาชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำเสนอแนวทางในการประยุกต์ใช้ระบบเครดิตทางสังคม จากการศึกษา พบว่า แนวทางการดำเนินระบบเครดิตทางสังคมของประเทศไทยจะมุ่งเน้นไปที่การกระตุ้นให้ประชาชนแสดงพฤติกรรมเชิงลบ ผ่านการแปลงพฤติกรรมให้กลายเป็นคะแนนที่จับต้องได้ และคะแนนพฤติกรรมเชิงลบเหล่านี้สามารถนำไปแลกสิทธิประโยชน์เพื่อแบ่งเบาภาระในการดำเนินชีวิตประจำวันได้

คำสำคัญ : ระบบเครดิตทางสังคม การควบคุมทางสังคม กลไกการควบคุมพฤติกรรม การจัดระเบียบทางสังคม

Abstract

Social control is one of the important mechanisms that lead to the creation of a systematic society, enabling citizens to coexist peacefully. The social credit system is one of the moral forms of social control that the state has established to control citizens' behavior. The operation of the social credit system is coupled with a process of reward and punishment to make members of society aware of the consequences of their actions and to discourage them from engaging in behavior that may have negative effects on themselves. The implementation of the social credit system in each country varies according to the political, governmental, and cultural context of that country. If Thailand adopts the concept of the social credit system, a suitable plan must be devised according to the social context. This research aims to study the implementation of the social credit system in Thailand by reviewing case studies from the United States of America and the People's Republic of China, along with interviews with organizations and individuals from the government sector, private sector, civil society, and the public. The results show that the implementation of the social credit system in Thailand should focus on stimulating negative behavior by transforming it into measurable scores. These scores can then be exchanged for rights and benefits, encouraging positive behavior.

Keyword: Social Credit System, Social Control, Behavioral Control, Social Organization.

บทนำ

การควบคุมทางสังคม (social control) เป็นหนึ่งในกลไกที่รัฐนำมาใช้ในสังคมเพื่อก่อให้เกิดความเป็นระเบียบในสังคม การควบคุมทางสังคมสามารถเกิดขึ้นหลากหลายรูปแบบ เช่น การขัดเกลาทางสังคม การบังคับใช้อำนาจ ซึ่งการควบคุมตนเอง (self control) เป็นอีกหนึ่งรูปแบบการควบคุมที่ใช้กันอย่างแพร่หลายของรัฐเพื่อให้สมาชิกตระหนักและแสดงการกระทำที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคม กระบวนการที่ดำเนินควบคู่ไปกับการควบคุมทางสังคม คือ การให้รางวัลและบทลงโทษ (reward and punishment) กระบวนการนี้ทำให้สมาชิกในสังคมตระหนักถึงผลที่จะตามมาหลังจากการแสดงพฤติกรรม และก่อให้เกิดความยับยั้งชั่งใจตนเอง (self regulation) ก่อนที่จะตัดสินใจแสดงการกระทำต่าง ๆ ออกไป (Janowitz, 1975) รูปธรรม

ของกระบวนการควบคุมทางสังคมที่เป็นที่ถกเถียงกันในสังคมปัจจุบัน คือ ระบบเครดิตทางสังคม (social credit system: SCS)

ความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรมของสมาชิกในสังคม เช่น เชื้อชาติ อายุ ชนชั้น ทัศนคติ รวมถึงสภาพแวดล้อม ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อความคิด การตัดสินใจ และการแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกันของบุคคลในสังคม ภายใต้ความแตกต่างหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรมนี้ หากไม่มีการกำหนดกฎและบรรทัดฐานในการแสดงพฤติกรรมที่สมาชิกในสังคมยึดถือเป็นแนวทางในการแสดงพฤติกรรมร่วมกัน อาจก่อให้เกิดปัญหาสังคมรูปแบบต่าง ๆ ขึ้นได้ การทำให้ผู้คนเกิดการเรียนรู้กฎ บรรทัดฐาน และความคาดหวังทางสังคมได้นั้นอาศัยการขัดเกลาทางสังคม (socialization) อาจไม่เพียงพอ จึงจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการควบคุมทางสังคมเข้ามาเป็นอีกหนึ่งกลไกในการจัดระเบียบทางสังคม การควบคุมตนเองจากภายใน คือ ความสามารถของปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มทางสังคมในการควบคุมและยับยั้งชั่งใจตนเองให้แสดงพฤติกรรมที่สอดคล้อง (conformity) กับความคาดหวังทางสังคม

การควบคุมตนเองเป็นสิ่งสำคัญในการอยู่ร่วมกันทางสังคม เนื่องจากตามทฤษฎีการควบคุมตนเอง (self control theory) เชื่อว่า พื้นฐานของมนุษย์มักแสดงหาวิธีและแสดงการกระทำเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ของตนเอง หากไม่มีการควบคุมตนเองมนุษย์อาจเลือกใช้วิธีการที่ผิดกฎหมายหรือเลือกแสดงการกระทำที่คาดว่าจะทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายของตนเองได้โดยมุ่งเน้นผลประโยชน์ส่วนตนมากกว่าผลประโยชน์ส่วนรวม ความสามารถในการควบคุมตนเองได้นี้สามารถนำมาสู่การแสดงพฤติกรรมที่ละเมิดกฎหมาย การก่ออาชญากรรม หรือการเกิดปัญหาสังคมได้ ทั้งนี้ ความสามารถในการควบคุมตนเองนั้นขึ้นอยู่กับกระบวนการขัดเกลาทางสังคม สภาพแวดล้อมทางสังคม และความสัมพันธ์ทางสังคม (Gottfredson, 2006; 2011; Gottfredson & Hirschi, 1990)

ระบบเครดิตทางสังคม (SCS) หรือ กลไกการควบคุมพฤติกรรมของบุคคลผ่านการให้คะแนน ถูกพัฒนาขึ้นและปรับใช้ในหลากหลายประเทศทั่วโลก เช่น สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย เป้าหมายของระบบเครดิตทางสังคม คือ การควบคุมพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นไปตามความคาดหวังทางสังคมและกฎเกณฑ์ของสังคมผ่านการให้รางวัลและลงโทษ เพื่อให้สมาชิกในสังคมสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข (Sithigh & Siems, 2019; Liu, 2019; Liang, Das, Kostyuk, & Hussain, 2018) โดยกลไกของระบบเครดิตทางสังคมเป็นหนึ่งในวิธีการควบคุมทางสังคมแบบแยกย่อย กล่าวคือ ระบบนี้กระตุ้นให้ปัจเจกบุคคลตระหนักด้วยตนเองว่าพฤติกรรมใดควรและไม่ควรทำ เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมอย่างสมควร และใครควรรับผิดชอบที่ตามมาจากการกระทำของตนเองโดยจำเป็นต้องมีการบังคับหรือแรงกดดันจากภายนอก

สำหรับประเทศที่มีการบังคับใช้ระบบเครดิตทางสังคมอย่างเป็นทางการและมีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน จำเป็นจะต้องกล่าวถึงประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระบบเครดิตทางสังคมของสาธารณรัฐประชาชนจีนถูกออกแบบมาเพื่อควบคุมพฤติกรรมการใช้ชีวิตของพลเมืองที่ครอบคลุมในหลากหลายมิติ เช่น มิติทางการเงิน มิติการบริโภคสินค้า และมิติการใช้ชีวิตประจำวัน อีกทั้ง พฤติกรรมที่ถูกควบคุมนั้นครอบคลุมทั้งพฤติกรรมเชิงบวกและลบ เช่น การบริจาคเงิน การเข้าร่วมเป็นจิตอาสา การติดสินบน การจอดรถในที่ห้าม

จุด เป็นต้น ข้อมูลคะแนนเครดิตทางสังคมที่ประชาชนสะสมไว้จะส่งผลต่อรางวัลและการลงโทษที่ต่างกันไปในแต่ละระดับของคะแนน ทั้งนี้ ระบบเครดิตทางสังคมถูกสร้างขึ้นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ (trustworthiness) ให้เกิดขึ้นในสังคม (Liu, 2019; Liang, Das, Kostyuk, and Hussain, 2018)

ในปัจจุบัน แนวคิดระบบเครดิตทางสังคมนี้เป็นระบบที่ได้รับการกล่าวถึง ถกเถียง และถูกนำไปประยุกต์ใช้ในประเทศต่าง ๆ แต่การปรับใช้ระบบเครดิตทางสังคมของแต่ละประเทศอาจมีความแตกต่างกันไปตามบริบทการเมืองและสังคมวัฒนธรรมของประเทศนั้น ๆ อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางการประยุกต์ใช้ระบบเครดิตทางสังคมที่ต่างกันของแต่ละประเทศ แก่นแท้ของระบบเครดิตทางสังคมที่มุ่งเน้นการทำให้สังคมเกิดความสงบสุข ความปลอดภัย และการสร้างความเชื่อมั่นในการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างปลอดภัยยังคงดำรงอยู่ สำหรับประเทศไทยเอง เพื่อเสริมสร้างความสงบเรียบร้อยและความปรองดองในสังคม ภาครัฐจึงเกิดความสนใจในการนำเอาระบบเครดิตทางสังคมมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทย ด้วยเหตุนี้ บทความชิ้นนี้จึงมุ่งสนใจศึกษาการดำเนินระบบเครดิตทางสังคมในประเทศต่าง ๆ เพื่อเสนอแนวทางการปรับใช้ระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การศึกษา

- 1) เพื่อศึกษากลไกระบบเครดิตทางสังคม กรณีศึกษาประเทศสหรัฐอเมริกาและสาธารณรัฐประชาชนจีน
- 2) เพื่อศึกษาและเสนอแนะแนวทางการปรับใช้ระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

บทความชิ้นนี้ใช้การทบทวนเอกสารวิชาการ บทความวิจัย และเอกสารทางการจากรัฐของประเทศต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับระบบเครดิตทางสังคม และเผยแพร่เป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาไทย เท่านั้น เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับกลไกการดำเนินระบบเครดิตทางสังคมของประเทศสหรัฐอเมริกาและสาธารณรัฐประชาชนจีน ข้อมูลที่ได้จากการทบทวนเอกสารจะถูกนำมาสังเคราะห์ เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างของบริบททางสังคมที่ก่อให้เกิดแผนการดำเนินระบบเครดิตทางสังคม อีกทั้ง ข้อมูลในส่วนนี้จะถูกนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการเสนอแนะแนวทางการดำเนินระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย

นอกจากนี้ บทความชิ้นนี้ยังใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และการสัมภาษณ์กลุ่ม (focus group) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งแนวคิดและมุมมองของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) โดยในการสัมภาษณ์นี้ มุ่งเน้นให้ผู้ให้ข้อมูลทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรภาคประชาสังคม (Civil society organization: CSOs) ภาคประชาชน และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เข้าร่วมกันแบ่งปันทัศนคติ มุมมอง และความคิดเห็นที่มีต่อระบบเครดิตทางสังคมและแนวทางการประยุกต์ใช้ระบบเครดิตทางสังคมที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย รวมถึงความเป็นไปได้ในการสร้างความร่วมมือสำหรับการดำเนินระบบเครดิตทางสังคม

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยครั้งนี้ มีรายละเอียด ดังนี้ 1) ภาครัฐ จำนวน 22 หน่วยงาน 2) ภาคเอกชน จำนวน 6 หน่วยงาน 3) องค์กรภาคประชาสังคม จำนวน 8 หน่วยงาน และ 4) ภาคประชาชนและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 17 คน ตัวอย่างเช่น ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน), ธนาคารความดีของชุมชน, ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, บริษัทโทรคมนาคมแห่งชาติ จำกัด, สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์, สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ เป็นต้น โดยการสัมภาษณ์กลุ่มนั้นเกิดขึ้น 2 ครั้ง โดยเป้าหมายของการสัมภาษณ์ครั้งแรกเป็นการสัมภาษณ์มุมมองและทัศนคติของหน่วยงานและภาคส่วนต่าง ๆ ที่มีต่อระบบเครดิตทางสังคม และการสัมภาษณ์ครั้งที่ 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกจะดำเนินการภายหลังจากการสัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อให้ได้มาซึ่งรายละเอียดของข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับทัศนคติ มุมมอง และความคิดเห็นที่มีต่อระบบเครดิตทางสังคมของแต่ละภาคส่วน ทั้งนี้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะถูกนำไปสังเคราะห์เพื่อนำเสนอแนวทางการดำเนินระบบเครดิตทางสังคมที่สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทย

ผลการศึกษา

ระบบเครดิตทางสังคม ถูกพัฒนามันจากระบบเครดิต (credit system) ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในหลากหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะในภาคส่วนธุรกิจการเงิน ระบบเครดิตเป็นการให้คะแนนความน่าเชื่อถือแก่บริษัท สถาบัน และปัจเจกบุคคล เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาหนี้เสียที่เกิดขึ้น เนื่องจากสถาบันทางการเงินหลากหลายแห่งประสบปัญหาการปล่อยสินเชื่อให้แก่นิติบุคคลและปัจเจกบุคคล แต่ผู้กู้ไม่จ่ายหนี้สินตามที่กำหนด ทำให้สถาบันการเงินต่าง ๆ คิดค้นระบบเครดิตขึ้นเพื่อใช้ในการประเมินพฤติกรรมการกู้ยืม เพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจปล่อยสินเชื่อให้แก่บริษัท สถาบัน และปัจเจกบุคคล และสถาบันการเงินต่าง ๆ มีการแบ่งปันคะแนนเครดิตและรายชื่อบัญชีดำเหล่านี้ร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาหนี้เสีย (Sithigh & Siems, 2019) จากระบบเครดิตที่ใช้ในภาคส่วนธุรกิจการเงิน ถูกขยายไปสู่ระบบเครดิตทางสังคม เพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาด้านสังคมและสร้างความเชื่อมั่นต่อสังคมแก่ประชาชน

1) ระบบเครดิตทางสังคมกรณีศึกษาประเทศสหรัฐอเมริกาและสาธารณรัฐประชาชนจีน

ในศตวรรษที่ 19 การใช้ระบบการให้คะแนนและการรายงานคะแนนเครดิตขยายไปสู่ธุรกิจการบริโภคสินค้าและบริการในสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร รวมถึงประเทศในแถบยุโรป ตัวอย่างเช่น eBay, Uber, Airbnb และ TaskRabbit ดำเนินธุรกิจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ในธุรกิจกลุ่มนี้ใช้ระบบเครดิตหรือการให้คะแนน รวมถึงการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าและบริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นจากผู้ใช้งาน การสร้างความเชื่อมั่นในแพลตฟอร์มการขายนี้ เป็นการผสมผสานระหว่างความปลอดภัยในการจ่ายเงิน รูปแบบที่น่าเชื่อถือ และสามารถโต้ตอบเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าและบริการ กลไกการทำงานของระบบเครดิต คือ

การให้คะแนนและให้ความเห็นบนแพลตฟอร์มที่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้ ตัวอย่างเช่น ผู้ที่เข้ามาซื้อสินค้าสามารถให้คะแนนและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ความพึงพอใจการบริการ รวมถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการซื้อสินค้าได้ ในขณะที่ผู้ขายหรือผู้ให้บริการสามารถให้คะแนนแก่ผู้ซื้อสินค้าได้เช่นกัน โดยการให้คะแนนเครดิตนี้จะถูกนำมาใช้ในการคัดกรองผู้ใช้งานทั้งในฝั่งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยทางแพลตฟอร์มจะใช้คะแนนเครดิตนี้ในการจำกัดและจำกัดการใช้บริการของผู้ใช้งาน หากผู้ใช้งานในฝั่งของผู้ให้บริการและผู้รับบริการได้คะแนนเครดิตต่ำจะถูกจำกัดการใช้งานหรือถูกลบบัญชีการใช้งานออกจากแพลตฟอร์ม และสำหรับผู้ใช้งานที่ได้รับคะแนนและความคิดเห็นในเชิงบวกสูง จะได้รับสิทธิประโยชน์ในการใช้งานบนแพลตฟอร์ม เช่น ผู้ให้บริการที่ได้รับคะแนนและความคิดเห็นในเชิงบวกมากจะถูกจัดอันดับเป็นผลของการค้นหาในลำดับต้น ๆ อีกทั้งคะแนนที่สูงยังสัมพันธ์ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ส่งผลทำให้สามารถกำหนดราคาของสินค้าและบริการที่เพิ่มสูงขึ้นได้ ในขณะที่ผู้ใช้บริการสามารถสะสมคะแนนเพื่อนำไปแลกรางวัลต่าง ๆ ตามที่บริษัทนั้น ๆ กำหนดได้ (Sithigh & Siems, 2019)

จากข้อมูลระบบเครดิตทางสังคมที่สามารถเข้าถึงได้ของประเทศสหรัฐอเมริกา จะเห็นได้ว่า ระบบเครดิตทางสังคมนั้นถูกใช้ในภาคธุรกิจเป็นสำคัญ สำหรับการในระบบเครดิตในการควบคุมพฤติกรรมของพลเมืองนั้นปรากฏให้เห็นค่อนข้างน้อย ระบบคะแนนนี้มีการบังคับใช้อย่างจำกัดในบางรัฐเท่านั้น และระบบการให้คะแนนเครดิตนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของกฎหมายและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันส่งผลต่อวิธีการในการเข้าถึงข้อมูลและการป้องกันข้อมูล ด้วยเหตุนี้ทำให้ในแต่ละรัฐนำเอาระบบเครดิตนี้ไปใช้อย่างจำกัด เนื่องจาก การบังคับใช้ระบบเครดิตทางสังคมเพื่อเป้าหมายในการควบคุมพฤติกรรมทางสังคมของประชาชนนั้น อยู่ภายใต้เงื่อนไขของสิทธิและความเป็นส่วนตัวของพลเมืองทำให้การบังคับใช้ระบบเครดิตทางสังคมเป็นที่ถกเถียงเป็นอย่างมากในสังคมทั่วโลก

ภายใต้บริบทการปกครองและสังคมวัฒนธรรมของประเทศสหรัฐอเมริกาและกฎหมายที่คุ้มครองข้อมูลและความเป็นส่วนตัวแก่พลเมืองนี้ทำให้ระบบเครดิตทางสังคมมีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่พยายามใช้เทคโนโลยีและตรวจตราพฤติกรรมของพลเมือง เพื่อนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมคะแนนที่ส่งผลต่อสิทธิประโยชน์และบทลงโทษที่พลเมืองจะได้รับ ซึ่งนับว่าเป็นการควบคุมตรวจตราอย่างเบ็ดเสร็จ (Kasl, 2019; Kostka, 2019)

สำหรับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีแผนการดำเนินงานและการบังคับใช้ระบบเครดิตทางสังคมอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมเพื่อควบคุมพฤติกรรมการใช้ชีวิตของพลเมืองที่ครอบคลุมในหลากหลายมิติ เช่น มิติทางการเงิน มิติการบริโภคสินค้า และมิติการใช้ชีวิตประจำวัน รวมถึงมีการออกแบบโครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีเพื่อเก็บรวบรวมและบันทึกข้อมูลพฤติกรรมของพลเมืองอย่างเข้มข้น นั้นหมายความว่า การเคลื่อนไหวของพลเมืองในพื้นที่สาธารณะและการแสดงพฤติกรรมจะถูกจับตามองและบันทึกเป็นคะแนนที่มาจากผลที่ตามมาของการแสดงการกระทำทางสังคมของพลเมือง

จุดเริ่มต้นของการใช้ระบบเครดิตในสาธารณรัฐประชาชนจีนคล้ายคลึงกับทุกประเทศทั่วโลก กล่าวคือระบบเครดิตนี้ถูกนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาการชำระหนี้ ต่อมาภายในประเทศเผชิญหน้ากับปัญหาสังคมการขาด

ความเชื่อมั่นในพลเมือง ภาคธุรกิจ และองค์กรจึงพยายามคิดหากลไกในการสร้างความไว้วางใจและควบคุมพฤติกรรมของสถาบัน องค์กรเอกชน และปัจเจกบุคคล ซึ่งรัฐบาลคาดว่าปัญหาเหล่านี้จะได้รับการแก้ไขโดยการใช้ระบบการให้รางวัลและการลงโทษอย่างเข้มงวดเพื่อสร้างคุณค่าของความไว้วางใจขึ้นในสังคม ด้วยเหตุนี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการวางระบบความเชื่อมั่นและไว้วางใจ (trustworthiness) ขึ้นในศตวรรษที่ 21 ด้วยระบบการประเมินคะแนนพลเมืองและองค์กร โดย SCS ไม่เพียงแต่ครอบคลุมการประเมินในด้านการเงินเท่านั้น แต่ขยายไปสู่การจับจ้องพฤติกรรมที่ละเมิดกฎหมาย เช่น การติดสินบน การจ่ายภาษีที่ไม่ตรงตามกำหนด พฤติกรรมที่ขัดต่อกฎหมายอื่น ๆ เช่น การจอดรถในที่ห้ามจอด การข้ามถนนในที่ห้ามข้าม การนั่งผิดตำแหน่งในรถไฟใต้ดิน รวมถึงการควบคุมพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Woesler, Warnke, Kettner, & Lanfer, 2021; Liu, 2019; Liang, Das, Kostyuk, & Hussain, 2018)

กลไกการทำงานของระบบเครดิตทางสังคมในประเทศจีน ประกอบไปด้วย (1) ขอบเขตของพฤติกรรมในระบบเครดิต (2) รูปแบบการให้คะแนนและการตัดคะแนน (3) สิทธิประโยชน์ที่พึงได้รับ และ (4) หน่วยงานที่รับผิดชอบ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(1) พฤติกรรมที่อยู่ในแผนการดำเนินงานของ SCS เป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความไว้วางใจซึ่งสอดคล้องไปกับพฤติกรรมที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานและกฎหมาย (พฤติกรรมเชิงบวก) เช่น การเข้าร่วมเป็นจิตอาสา การบริจาคเงิน การบริจาคโลหิต การได้รับรางวัลยกย่องจากองค์กร เป็นต้น และพฤติกรรมที่ละเมิดกฎหมายและข้อบังคับ (พฤติกรรมเชิงลบ) เช่น คอร์รัปชัน การฉ้อโกง การทำธุรกิจที่ไม่ได้มาตรฐานอุตสาหกรรม การปล่อยข่าวและข้อมูลเท็จบนอินเทอร์เน็ต การดื่มแอลกอฮอล์ การเล่นพนัน การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลานาน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การกำหนดขอบเขตและตัวชี้วัดของพฤติกรรมในระบบเครดิตทางสังคมยังคงกำกวมและแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ที่มีการบังคับใช้ SCS หากพิจารณาขอบเขตพฤติกรรมที่มีการกำหนดและถูกนิยามไว้ใน SCS โดยรัฐว่าเป็นพฤติกรรมที่ละเมิดการไว้วางใจอย่างร้ายแรงนั้น ประกอบด้วย พฤติกรรม 4 ประเภท ได้แก่ 1) พฤติกรรมที่ทำลายสุขภาพ การใช้ชีวิต และความปลอดภัยของผู้คน 2) พฤติกรรมที่ทำลายความเป็นระเบียบของการแข่งขันที่ยุติธรรมของตลาดและพฤติกรรมที่ขัดต่อการจัดระเบียบทางสังคม 3) พฤติกรรมที่ละเมิดกฎหมายและข้อบังคับ และ 4) พฤติกรรมที่ขัดต่อข้อบังคับในการปกป้องความเป็นชาติ ผู้ที่มีพฤติกรรมเข้าข่าย 4 ประเภทนี้จะถูกบันทึกในบัญชีดำแล้วได้รับการลงโทษ (Small, 2019; Cho, 2020)

(2) รูปแบบการให้คะแนนและการตัดคะแนน จากข้อมูลพฤติกรรมขององค์กรและปัจเจกบุคคลที่ถูกบันทึก จะถูกแปลงกลายเป็นคะแนนสำหรับการสะสมเครดิตอยู่ใน SCS โดยคะแนนเครดิตสังคม (social credit score) ที่มีการนำร่องใช้ภายในประเทศนั้นมีจำนวนมากกว่า 40 โปรแกรม ซึ่งการให้คะแนนนี้มีความแตกต่างกันไปในแต่ละจังหวัด มณฑล และพื้นที่ เนื่องจากภาครัฐมีการกระจายอำนาจไปยังส่วนท้องถิ่นให้สามารถวางแผนระบบเครดิตทางสังคมที่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของพื้นที่ได้ ซึ่งอำนาจของท้องถิ่นครอบคลุมทั้งสิ้น 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) การระบุประเภทพฤติกรรมตามกรอบของขอบเขตพฤติกรรมที่กล่าว

ไปข้างต้น 2) การกำหนดขอบเขตของคะแนนเครดิตทางสังคม และ 3) การกำหนดค่าคะแนนของแต่ละพฤติกรรม (Trivium, 2019) ตัวอย่างเช่น

เมือง	ระบบคะแนน	ช่วงคะแนน
Suzhou	Osmanthus Points	0-200
Suqian	Xichu Points	คะแนนเริ่มต้นที่ 1,000 และมีการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็นเกรด AAA-D
Fuzhou	Yumimg Points	0-1,000
Hangzhou	Qianjiang Points	550-750
Wuhu	Lehui Points	350-1,200

สำหรับการกำหนดคะแนนของแต่ละพฤติกรรมนั้นขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของแต่ละเมือง การกำหนดค่าคะแนนของแต่ละพฤติกรรมทั้งเชิงบวกและลบนั้นตั้งอยู่บนฐานคิดที่ว่า พื้นที่นั้น ๆ ให้คุณค่าและความสำคัญกับพฤติกรรมใด หากพฤติกรรมใดถูกตระหนักว่าเป็นพฤติกรรมที่สำคัญควรได้รับการสนับสนุนหรือเป็นปัญหาสังคมของพื้นที่นั้นมาก ค่าคะแนนของพฤติกรรมนั้นจะยิ่งสูงขึ้น ตัวอย่างเช่น เมือง Fuzhou

พฤติกรรมเชิงลบ	จำนวนคะแนนที่ถูกหัก
การกระทำที่ผิดวินัย	20 (กรณีที่ถูกตักเตือน) 30 (กรณีที่ถูกตักเตือนอย่างเข้มงวด) 50 (กรณีที่ถูกภาคทัณฑ์) 80 (กรณีที่ถูกไล่ออก)
การหลบหนีการปฏิบัติหน้าที่ทางการทหาร	80
การดื่มแอลกอฮอล์และขับขี่ยานพาหนะ	50
การฉ้อโกงสุติบัตร	50
การค้างชำระหนี้ธนาคาร	50
การค้างชำระค่าไฟฟ้า	10
การขายและขนส่งยาสูบโดยไม่ได้รับอนุญาต	30

พฤติกรรมเชิงบวก	จำนวนคะแนนที่ได้รับ
ข้าราชการที่แสดงการกระทำที่ควรได้รับการยกย่อง	30 (ได้รับการยกย่องในระดับสาม) 50 (ได้รับการยกย่องในระดับสอง)

	80 (ได้รับการยกย่องในระดับหนึ่ง)
การเป็นสมาชิกที่น่ายกย่องของพรรคคอมมิวนิสต์	50
อาสาสมัคร	30
การบริจาคเงิน	10 เมื่อบริจาค 0 – 10,000 RMB และจะได้รับเพิ่ม 5 คะแนน สำหรับการบริจาค 10,000 RMB แต่ทั้งหมดจะไม่เกิน 20 คะแนน
การบริจาคไขกระดูก	50
การให้เบาะแสที่สำคัญเกี่ยวกับความปลอดภัย	30
การได้รับรางวัลครอบครัวสุสันต์	20 (ระดับเมือง) 30 (ระดับจังหวัด) 50 (ระดับชาติ)
การได้รับรางวัลทางการศึกษา	20 (ระดับเมือง) 30 (ระดับจังหวัด) 50 ระดับชาติ)

(3) สิทธิประโยชน์ที่พึงได้รับ คะแนนเครดิตทางสังคมที่ถูกสะสมเอาไว้สามารถนำไปใช้แลกสิทธิประโยชน์ตามกำหนดได้ แต่สิทธิประโยชน์ที่ถูกกำหนดเอาไว้สำหรับผู้ที่มิมีคะแนนเครดิตทางสังคมอยู่ในระดับดีนั้นขึ้นอยู่กับข้อกำหนดของแต่ละพื้นที่เช่นกัน ตัวอย่างเช่น เมือง Fuzhou สิทธิประโยชน์สำหรับผู้ที่มีคะแนนเครดิตทางสังคมสูง เช่น ส่วนลดค่าธรรมเนียมการใช้ถนนและการจอดรถในที่สาธารณะ การได้รับ Green channel สำหรับเข้ารับบริการที่โรงพยาบาลและการตรวจสภาพรถประจำปี การได้รับสิทธิพิเศษในระบบการศึกษา การจ้างงาน ที่อยู่อาศัย การดูแลผู้สูงอายุ และการช่วยเหลือทางสังคม การได้รับสิทธิพิเศษสำหรับการลงทะเบียนกู้ยืม เป็นต้น นอกจากนี้ สำหรับผู้ที่มีคะแนนเชิงลบสูงจะถูกบันทึกข้อมูลบัญชีแล้วส่งต่อไปยังหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบ และกระจายบัญชีรายชื่อต่อไปยังหน่วยงานภายใต้ความร่วมมือเพื่อร่วมกันลงโทษ ตัวอย่างเช่น การไม่ได้เลื่อนตำแหน่ง การไม่ได้รับทุนการศึกษา การเข้าไม่ถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เป็นต้น (Trivium, 2019)

(4) หน่วยงานที่รับผิดชอบ การดำเนินการ SCS ในสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้นอาศัยความร่วมมือทั้งจากหน่วยงานของรัฐและเอกชนในการดำเนิน SCS และเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลเชิงพฤติกรรมขององค์กรและปัจเจกบุคคล เพื่อกำหนดและบริหารกำหนดและจัดการตัวชี้วัดพฤติกรรม การแปลงคะแนน การให้สิทธิประโยชน์ และการลงโทษ จากการศึกษาการดำเนิน SCS ของประเทศจีน พบว่า มีหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบในการกำหนดตัวชี้วัดหรือปัจจัยนำเข้าเชิงพฤติกรรมจำนวนมาก โดยในปี ค.ศ. 2016 หน่วยงานของรัฐจำนวนทั้งสิ้น 47 หน่วยงานลงนามข้อตกลงในการแบ่งปันข้อมูล เช่น the National Development and Reform Commission (NDRC), 4 the PBC, Ministry of Commerce, Publicity

Department, Ministry of Finance, Ministry of Justice, และ Office of the Central Cyberspace Affairs Commissions (CCAC) กำหนดปัจจัยนำเข้าในการขึ้นบัญชีดำ คือ พฤติกรรมการปล่อยหรือแชร์ข่าวลือและข้อมูลเท็จบนโลกออนไลน์ บทลงโทษ คือ การถูกจำกัดการใช้อินเทอร์เน็ต Civil Aviation Administration (CAA) กำหนดปัจจัยนำเข้าในการขึ้นบัญชีดำ คือ พฤติกรรมการก่อความวุ่นวายหรือขัดต่อความสงบเรียบร้อยบนเที่ยวบิน บทลงโทษ คือ การจำกัดเที่ยวบิน เป็นต้น และองค์กรทางการค้าอีกจำนวนมากว่า 150 บริษัท เช่น Alibaba และ Baidu เพื่อแบ่งปันข้อมูลเครดิตซึ่งกันและกัน (Liang, Das, Kostyuk, & Hussain, 2018; Liu, 2019)

นอกจากนี้ รัฐบาลใช้หลากหลายกลวิธีและนโยบายทั้งการลงทะเบียนครัวเรือนและการบันทึกเอกสารส่วนตัวเพื่อใช้ในการตรวจตราพลเมืองในรัฐ ข้อมูลเหล่านี้มีประโยชน์อย่างมากต่อการควบคุมการอพยพหรือเคลื่อนย้ายและบันทึกข้อมูลส่วนตัว เช่น เลขประจำตัว บันทึกการจ้างงาน และข้อมูลทางการศึกษา อีกทั้ง รัฐยังมีการติดตั้งระบบ CCTV มากกว่า 20 ล้านจุดตามท้องถนน เพื่อให้สามารถตรวจสอบและติดตามกิจกรรมอาชญากรรม รวมถึงสามารถติดตามพลเมืองผ่านการระบุใบหน้า (face recognition) การตรวจสอบการใช้อินเทอร์เน็ต และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ เพื่อให้สามารถควบคุมข้อมูลดิจิทัลได้ด้วย (Liang, Das, Kostyuk, & Hussain, 2018; Liu, 2019; CCTV, 2016)

ทั้งนี้ เพื่อให้การบริการจัดการ SCS กระจายไปทั่วทุกพื้นที่ของประเทศ ทางรัฐบาลกลางได้มอบหมายอำนาจในการบริการจัดการแก่ระดับเทศบาล (Municipal governmental systems) ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างหลากหลายหน่วยงาน เช่น ศาล สำนักงานอัยการ สำนักงานตำรวจ กรมการขนส่ง กรมสรรพากร และองค์กรหรือบริษัทเอกชน เพื่อกำหนดตัวชี้วัดและคะแนนของพฤติกรรม แล้วรวบรวมและเผยแพร่รายชื่อและข้อมูลบุคคลที่ถูกขึ้นบัญชีดำและบัญชีแดงแล้ว หน่วยงานส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินนโยบายนี้ผ่านการเก็บและอัปเดตข้อมูล รวมถึงจัดประเภทและลงโทษผู้คนที่ถูกขึ้นบัญชีดังกล่าว (Liang, Das, Kostyuk, & Hussain, 2018; Liu, 2019)

จากการทบทวนวรรณกรรมการใช้ระบบเครดิตทางสังคมในบริบทของประเทศสหรัฐอเมริกาและสาธารณรัฐประชาชนจีน ชี้ให้เห็นว่า ระบบเครดิตทางสังคมเป็นหนึ่งในกลไกที่ถูกนำมาใช้เพื่อควบคุมสังคมให้สมาชิกปฏิบัติตามภายใต้บรรทัดฐานของสังคม เพื่อนำไปสู่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข อย่างไรก็ตาม แนวทางการใช้ระบบเครดิตทางสังคมนั้นขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและบริบทของประเทศที่จะนำไปปรับใช้ในการออกแบบแผนการใช้ระบบเครดิตทางสังคมให้สอดคล้องกับข้อกฎหมาย ทรัพยากร เทคโนโลยี และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ ดังนั้น การนำระบบเครดิตทางสังคมมาใช้ในประเทศไทยจำเป็นต้องถูกออกแบบวางแผน และดำเนินการภายใต้ความเหมาะสมและความสอดคล้องที่คำนึงถึงปัจจัยทางการเมือง กฎหมาย และวัฒนธรรม ระบบเครดิตทางสังคมในบริบทต่างประเทศเป็นเสมือนต้นแบบที่ชี้ให้เห็นถึงร่องรอย แนวทางข้อพึงระวัง และความเป็นไปได้ในการใช้ระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย

2) แนวทางการปรับใช้ระบบเครดิตทางสังคมในบริบทของประเทศไทย

หากกล่าวถึงระบบเครดิตทางสังคมในสังคมไทย แนวคิดนี้อาจไม่ใช่แนวคิดใหม่ที่ไม่เคยปรากฏขึ้นในสังคมไทยเสียทีเดียว เพียงแต่แนวคิดและการดำเนินระบบเครดิตทางสังคมนั้นมีปรากฏอยู่ในระดับท้องถิ่นของบางพื้นที่เท่านั้น จากการทบทวนเอกสาร พบว่า ในประเทศไทยมีการดำเนินงานของชุมชนที่สอดคล้องกับแนวคิดระบบเครดิตทางสังคม เช่น ธนาคารความดีของชุมชนหนองสาหร่าย จังหวัดกาญจนบุรี ธนาคารความดีขององค์การบริหารส่วนตำบลช่วงเปา จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น แนวทางการดำเนินงานขององค์กรนี้มีเป้าหมายในการกระตุ้นให้สมาชิกในสังคมชุมชนแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับความคาดหวังของชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาสังคมและเพิ่มความสุขให้แก่สมาชิกในชุมชน สำหรับสมาชิกที่เข้าร่วมและสามารถแสดงการกระทำตามความคาดหวังของชุมชนได้จะได้รับสิทธิประโยชน์บางประการตามที่องค์กรกำหนด (อาทิตย์ วันนารี และธัญพัทธ์ ไคร์วานิช, 2563; วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า, 2560) จากแนวคิดการดำเนินงานขององค์กรในชุมชนเหล่านี้ สะท้อนให้เห็นถึงเค้าโครงของแนวคิดระบบเครดิตทางสังคมในการดำเนินการ อย่างไรก็ตาม การยกระดับระบบเครดิตทางสังคมมาใช้ในระดับประเทศจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลากหลายหน่วยงานในหลากหลายภาคส่วน เพื่อประเมินความเป็นไปได้และวางแผนการดำเนินการทั้งในด้านการกำหนดเป้าหมายของระบบเครดิตทางสังคมในบริบทสังคมไทย การกำหนดกรอบพฤติกรรม การให้คะแนน และการให้สิทธิประโยชน์แก่ประชาชน

จากกรณีศึกษาในต่างประเทศเกี่ยวกับการใช้ระบบเครดิตทางสังคม โดยเฉพาะระบบเครดิตสังคมในสาธารณรัฐประชาชนจีน หากจะนำเอาระบบเครดิตทางสังคมมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับประเทศไทยอาจจำเป็นต้องคำนึงถึงขอบเขตของการเข้าถึงและรักษาข้อมูลและแรงเสียดทานทางสังคมที่มีต่อระบบเครดิตทางสังคม เนื่องจาก หากกล่าวถึงการใช้ระบบเครดิตทางสังคมอย่างเป็นรูปธรรม ข้อมูลและภาพลักษณ์ของระบบเครดิตทางสังคมมักถูกผูกโยงกับระบบเครดิตทางสังคมตามแบบฉบับของประเทศจีน ที่มีการแทรกแซงเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของประชาชนในทุกมิติ รวมถึงมีการเก็บคะแนนพฤติกรรมในเชิงลบที่นำไปสู่การลงโทษประชาชนที่จำกัดการเข้าถึงสิทธิและสวัสดิการบางประการ ซึ่งประเด็นเหล่านี้เป็นที่ถกเถียงกันอย่างมากรดับโลก

ดังนั้น เพื่อสร้างความชัดเจนและความแตกต่างของระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย อาจจำเป็นจะต้องเริ่มต้นที่การนิยามเป้าหมายของระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทยเป็นอันดับแรก จากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคประชาชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในการสัมภาษณ์เชิงลึกและสัมภาษณ์กลุ่ม นำมาสู่การกำหนดเป้าหมายของระบบเครดิตทางสังคมไทย จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้ได้ข้อสรุประบบเครดิตของทางสังคมที่เหมาะสมกับประเทศไทยจะจำกัดอยู่เพียงแค่พฤติกรรมเชิงบวกเท่านั้น โดยมีใจความสำคัญว่า ระบบเครดิตสังคมไทย คือ การสร้างแรงจูงใจและการสนับสนุนผู้กระทำทางสังคมที่แสดงพฤติกรรมเชิงบวกผ่านการให้รางวัลหรือผลตอบแทนบางประการ เพื่อเป็นเสมือนการให้กำลังใจแก่ผู้กระทำทางสังคมที่กระทำดี โดยผู้กระทำทางสังคมในที่นี้ หมายถึง ปัจเจบุคคลและองค์กร ดังนั้น ระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย คือ การแปลงพฤติกรรมเชิงบวกให้เป็นรูปธรรมและจับต้องได้

จากเป้าหมายของระบบเครดิตทางสังคม นำมาสู่การวางแผนการดำเนินงานระบบเครดิตทางสังคม โดยแผนการใช้ระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทยนี้ เกิดขึ้นจากการสังเคราะห์การใช้ระบบเครดิตทางสังคม ในต่างประเทศที่นำมาประยุกต์ใช้ให้กับบริบทสังคมไทย โดยการดึงจุดเด่นหรือจุดแข็งของระบบเครดิตทางสังคมในแต่ละประเทศมาเป็นกรอบในการร่างแผนระบบเครดิตทางสังคมของประเทศไทย กล่าวคือ แผนการใช้ระบบเครดิตทางสังคมของประเทศไทยนี้อ้างอิงกรอบแนวทางการดำเนินระบบตามแบบสาธารณรัฐประชาชนจีนในด้านองค์ประกอบหรือโครงสร้างของระบบเครดิตทางสังคม แต่มุ่งเน้นไปที่การแสดงพฤติกรรมเชิงบวกและการให้สิทธิประโยชน์เท่านั้น นอกจากนี้ การดำเนินระบบเครดิตทางสังคมภายใต้หลักการเคารพสิทธิและเสรีภาพ เพื่อสร้างความสงบเรียบร้อยและการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขตามสหรัฐอเมริกา สำหรับร่างแผนการใช้ระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทยนี้เกิดขึ้นจากการถอดบทเรียนจากกรณีศึกษาในต่างประเทศ และการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเทศไทย โดยแผนดังกล่าว ประกอบไปด้วย 4 ประเด็น ได้แก่ (1) การกำหนดขอบเขตพฤติกรรม (2) การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน (3) การให้สิทธิประโยชน์ และ (4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

(1) การกำหนดขอบเขตพฤติกรรม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ชี้ให้เห็นว่า ภายใต้เป้าหมายของระบบเครดิตในสังคมไทยที่มุ่งเน้นการส่งเสริมพฤติกรรมเชิงบวก ทำให้พฤติกรรมที่นำมาใช้ในการให้เครดิตต่างไปจากประเทศจีนและสหรัฐอเมริกา โดยการกำหนดขอบเขตพฤติกรรมเชิงบวก รัฐอาจเป็นผู้กำหนดขอบเขตพฤติกรรมเชิงบวกในภาพกว้างทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและองค์กร/ชุมชน ซึ่งอาจเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประเทศ ยุทธศาสตร์ชาติ หรือเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs: Sustainable Development Goals) เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมในระดับโลก ด้วยเหตุนี้ จากการทบทวนแผนการดำเนินระบบเครดิตทางสังคมของประเทศไทย และ SDGs (Small, 2019; Cho, 2020; สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2021) รวมถึงการสัมภาษณ์ นำมาสู่การนำเสนอขอบเขตพฤติกรรมเชิงบวกทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและองค์กร ดังนี้ 1) พฤติกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพกายและจิต 2) พฤติกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต 3) พฤติกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม และ 4) พฤติกรรมที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตและความปลอดภัยของผู้คน

การกำหนดขอบเขตพฤติกรรมเชิงบวกในระดับประเทศไทย รัฐกระจายอำนาจไปยังท้องถิ่น (เช่น จังหวัด เขต/อำเภอ แขวง/ตำบล) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้ความร่วมมือในการกำหนดตัวชี้วัดเชิงพฤติกรรมเพิ่มเติม เพื่อให้แต่ละพื้นที่และองค์กรสามารถกำหนดตัวชี้วัดเชิงพฤติกรรมที่เหมาะสมกับบริบทในพื้นที่นั้น ๆ หรือเป็นพฤติกรรมที่บริบทพื้นที่หรือองค์กรนั้นให้คุณค่า การกระจายอำนาจนี้เป็นหนึ่งในกลไกในการดำเนินระบบเครดิตทางสังคมที่สำคัญของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งการกระจายอำนาจเช่นนี้จะช่วยอุดช่องโหว่ของปัญหาเกี่ยวกับความแตกต่างของบริบทของพื้นที่ได้ ตัวอย่างการแปลงขอบเขตพฤติกรรมเชิงบวกเป็นตัวชี้วัดพฤติกรรม เช่น การส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร

ในระดับองค์กรชุมชน บางพื้นที่เป็นเขตอุตสาหกรรม ตัวชี้วัดเชิงพฤติกรรมอาจเป็นการมีระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ ระบบการควบคุมการปล่อยสารเคมีและแก๊สอย่างปลอดภัย ในขณะที่บางพื้นที่เป็น

เขตการท่องเที่ยว ตัวชี้วัดเชิงพฤติกรรมอาจมุ่งเน้นไปที่ การคัดแยกและกำจัดขยะ การจัดระเบียบและมาตรฐานขนส่งสาธารณะ และการกำหนดตัวชี้วัดพฤติกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม

ในระดับปัจเจกบุคคล พื้นที่เขตเมือง ตัวชี้วัดเชิงพฤติกรรมอาจเป็นการเข้าร่วมเป็นสมาชิกและชั่วโมงการทำงานในชมรม ชุมชน หรืออาสาสมัครของหน่วยงานหรือองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ในขณะที่ พื้นที่เขตชนบทตัวชี้วัดเชิงพฤติกรรมอาจเป็นการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครและจำนวนชั่วโมงของหมู่บ้านในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เป็นต้น

(2) การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน จากการสังเคราะห์ระบบเครดิตทางสังคมในต่างประเทศ ประเทศจีนนับว่าเป็นต้นแบบในการกำหนดและแปลงค่าคะแนน เนื่องจากการกำหนดเกณฑ์อย่างชัดเจน (Trivium, 2019) อย่างไรก็ตาม การกำหนดช่วงคะแนนของประเทศจีนนั้นมีลักษณะที่แตกต่างกันไปในแต่ละเมือง ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาในการจัดเก็บข้อมูลคะแนน แต่สิ่งที่น่าสนใจ คือ การให้อำนาจกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานท้องถิ่นในการกำหนดหรือแปลงพฤติกรรมเป็นคะแนน จากทบทวนวรรณกรรม การศึกษาระบบเครดิตในประเทศจีนนี้เป็นต้นแบบอ้างอิงร่วมกับการสัมภาษณ์หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง นำมาสู่การออกแบบการกำหนดคะแนนเครดิตทางสังคมในประเทศไทย ดังนี้

การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนพฤติกรรมเชิงบวกทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และองค์กร/ชุมชน

1) การออกแบบกรอบของช่วงคะแนนให้สอดคล้องกันในทุกพื้นที่ เพื่อให้การเก็บรวบรวมคะแนนเป็นไปในรูปแบบเดียวกัน กล่าวคือ คะแนนเครดิตทางสังคมในระดับปัจเจกบุคคล อยู่ที่ 0 – 1,000 คะแนน และคะแนนเครดิตทางสังคมในระดับองค์กร/ชุมชน อยู่ที่ 0 – 5,000 คะแนน ทั้งนี้ เพื่อให้คะแนนมีความเหมาะสมและไม่เกิดภาวะคะแนนเพื่อ

2) การกำหนดช่วงระยะเวลาในการสะสมคะแนนเครดิตของปัจเจกบุคคลและองค์กรให้ชัดเจน เนื่องจาก การประชุมรับฟังความคิดเห็นเสนอแนวทางการสะสมคะแนนเพื่อมิให้เกิดความได้เปรียบและเสียเปรียบของปัจเจกบุคคล และองค์กร/ชุมชน ในการสะสมคะแนนเครดิต ดังนั้น การสะสมคะแนนเครดิตทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และองค์กร/ชุมชนเป็นการสะสมรายปี กล่าวคือ คะแนนเครดิตนั้นจะถูกสะสมตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนธันวาคมของปีนั้น ๆ แล้วจะเริ่มนับใหม่ในปีถัดไป โดยแค่คะแนนเครดิตของแต่ละปีจะถูกบันทึกจะสะสมไว้ เพื่อให้ปัจเจกบุคคลและองค์กร/ชุมชนสามารถย้อนดูคะแนนเครดิตของตนเองในแต่ละปีได้

3) การสร้างระบบผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ให้ปัจเจกบุคคลและองค์กร/ชุมชนสามารถเข้าไปตรวจสอบและอัปเดตคะแนนเครดิตของตนเองได้ตลอดเวลา เนื่องจาก ความโปร่งใสเป็นสิ่งที่ถูกกล่าวถึงและให้ความสำคัญในการประชุมรับฟังความคิดเห็น

4) การกำหนดค่าของคะแนนพฤติกรรม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ตัวชี้วัดพฤติกรรมเชิงบวกที่ระบุเอาไว้ในแผนภาพที่ 1 ด้านบน ซึ่งเป็นพฤติกรรมเชิงบวกพื้นฐานที่นำไปปรับใช้ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย โดยทุกพฤติกรรมเหล่านี้มีค่าคะแนนเท่ากัน คือ 30 คะแนน และส่วนที่ 2 ตัวชี้วัดพฤติกรรมเชิงบวกที่ถูกกำหนดเฉพาะในแต่ละพื้นที่ เป็นอำนาจของท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใต้ความร่วมมือเป็นผู้

กำหนดค่าคะแนนของตัวชี้วัดพฤติกรรมในแต่ละพฤติกรรมทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และองค์กร/ชุมชน เพื่อให้ท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถจัดลำดับและกำหนดค่าคะแนนพฤติกรรมที่ถูกให้ความสำคัญในแต่ละพื้นที่ได้ เนื่องจากการให้คุณค่าต่อพฤติกรรมในแต่ละพื้นที่อาจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัญหาที่แต่ละพื้นที่กำลังเผชิญสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ ตัวอย่างเช่น พื้นที่เขตเมืองที่ผู้คนเผชิญหน้ากับความเร่งรีบ แรงกดดัน และความเครียดสูง ตัวชี้วัดพฤติกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพกายและจิตทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และองค์กร/ชุมชนอาจมีคะแนนที่สูงกว่าพื้นที่ในเขตชนบท เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้ประเมินหรือให้คะแนนพฤติกรรม คือ ผู้ให้บริการหรือหน่วยงานที่กำกับดูแลพฤติกรรมนั้น ๆ แล้วส่งต่อไปยังหน่วยงานท้องถิ่นในการรับรองคะแนนเครดิต ตัวอย่างเช่น ในระดับปัจเจกบุคคล ปัจเจกบุคคลเข้าร่วมการพัฒนาทักษะ ให้กรมพัฒนาฝีมือแรงงานเป็นผู้ให้คะแนน หรือ ปัจเจกบุคคลเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครให้ความช่วยเหลือสังคม ให้หน่วยงานที่รับเป็นอาสาสมัครเป็นผู้ให้คะแนน ในระดับชุมชนและองค์กรให้หน่วยงานท้องถิ่นเป็นผู้รับรองและให้คะแนน

(3) การให้สิทธิประโยชน์ รางวัล หรือผลตอบแทน เป็นหนึ่งในกลไกที่ช่วยกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้ผู้กระทำทางสังคมในการแสดงพฤติกรรมเชิงบวก ซึ่งพฤติกรรมเชิงบวกนี้อาจเป็นพฤติกรรมทางเลือกที่ผู้กระทำทางสังคมจะทำหรือไม่ทำก็ได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีสิ่งจูงใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจและมีส่วนร่วมในการแสดงพฤติกรรมเชิงบวก อย่างไรก็ตาม เมื่อพฤติกรรมเชิงบวกที่นำมาสู่การสะสมคะแนนเครดิตทางสังคมนี้เป็นความสมัครใจและทางเลือกเพิ่มเติม สิทธิประโยชน์ที่ผู้กระทำทางสังคมพึงจะได้รับจึงไม่ควรเป็นสิทธิประโยชน์ที่ทับซ้อนกับสิทธิและสวัสดิการที่พลเมืองควรจะได้รับตามข้อเสนอของทางศูนย์คุณธรรม ทั้งนี้ เพื่อมิให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคมเพิ่มมากยิ่งขึ้น

จากการสัมภาษณ์ถึงความเป็นไปได้ในการให้สิทธิประโยชน์ของระบบเครดิตทางสังคม นำมาสู่การเสนอการให้สิทธิประโยชน์ของเครดิตทางสังคมในประเทศไทยที่อาจมุ่งเน้นเป็นรางวัลหรือผลตอบแทนที่แบ่งเบาภาระหรือต้นทุนบางประการในชีวิตประจำวัน ตัวอย่างเช่น

ในระดับปัจเจกบุคคล

- 1) คุ้มครองส่วนลดการบริโภคสินค้าและบริการ จากภาคเอกชน
- 2) การลดค่าสาธารณูปโภค เช่น การไฟฟ้า การประปา การขนส่ง การให้บริการอินเทอร์เน็ต
- 3) ส่วนลดการเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาทักษะ เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มหาวิทยาลัยภาคเอกชน
- 4) การลดหน่วยภาษี โดยให้จัดเป็นอีกหนึ่งหมวดในการกรอกเพื่อลดหย่อนภาษี กรมสรรพากร

ในระดับชุมชน

- 1) การสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐในการพัฒนาชุมชน เช่น งบประมาณ อุปกรณ์และเครื่องมือ
- 2) การส่งเสริมและสนับสนุนทรัพยากรในชุมชน เช่น การศึกษาดูงานการพัฒนาชุมชนในพื้นที่อื่น ๆ

ในระดับองค์กร

- 1) การลดค่าสาธารณูปโภค เช่น การไฟฟ้า การประปา การขนส่ง การให้บริการอินเทอร์เน็ต
- 2) การลดหย่อนภาษี โดยให้จัดเป็นอีกหนึ่งหมวดในการกรอกเพื่อลดหย่อนภาษี กรมสรรพากร
- 3) การได้รับเงินสนับสนุนในการพัฒนาทักษะบุคลากร

อย่างไรก็ตาม การกำหนดสิทธิประโยชน์ที่ผู้กระทำทางสังคมจะได้รับขึ้นอยู่กับเครือข่ายความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เนื่องจาก หน่วยงานเหล่านี้เป็นผู้ที่สามารถเสนอสิทธิประโยชน์ที่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของตนเองได้ อีกทั้ง สิทธิประโยชน์แต่ละพื้นที่หรือท้องถิ่นพึงได้รับไม่ควรมีความแตกต่างกันมากนัก หรืออุปสรรคส่วนหนึ่งที่มอบให้ควรสามารถใช้ได้ทั่วประเทศไทย เพื่อไม่ให้เกิดกรณีความเหลื่อมล้ำระหว่างพื้นที่ในด้านสิทธิประโยชน์ หากความเหลื่อมล้ำในด้านสิทธิประโยชน์นี้มีความแตกต่างเป็นอย่างมากอาจส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของประชาชนที่อยู่ในแต่ละพื้นที่ที่มีต่อระบบเครดิตทางสังคมและอาจส่งผลกระทบอื่น ๆ ตามมาได้ เช่น การเคลื่อนย้ายระหว่างพื้นที่ การสวมชื่อในทะเบียนบ้านหรือที่อยู่อาศัยเพื่อให้ได้อยู่ในพื้นที่ที่มีสิทธิประโยชน์มาก เป็นต้น

(4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการวางแผนระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย จากกรณีศึกษาของประเทศจีน จะเห็นได้ว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการกำหนดกรอบพฤติกรรม เกณฑ์การให้คะแนน โดยเฉพาะการให้สิทธิประโยชน์ ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่คาดว่าจะดึงดูดความสนใจให้ผู้กระทำทางสังคมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของระบบเครดิตทางสังคมอย่างสมัครใจ นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนี้ยังมีบทบาทสำคัญในการส่งต่อข้อมูลและประชาสัมพันธ์ระบบเครดิตทางสังคมอีกด้วย

ระบบเครดิตทางสังคมจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของหลากหลายหน่วยงานทั้งในระดับประเทศและท้องถิ่น ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดการดำเนินไปของระบบเครดิตทางสังคม เนื่องจาก การได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ จะมีส่วนช่วยอย่างมากในการหาหรือแผนการและการวางระบบการดำเนินงานเครดิตทางสังคมในประเทศไทยทั้งในด้านการกำหนดพฤติกรรม การให้คะแนน การให้สิทธิประโยชน์ และการแบ่งปันข้อมูลคะแนนเครดิตทางสังคม ตัวอย่างเช่น หากมีหน่วยงานให้ความร่วมมือเป็นอย่างมากรัฐจะสามารถกำหนดขอบเขตพฤติกรรมเชิงบวกให้ครอบคลุมหลากหลายมิติในการดำเนินชีวิตของผู้กระทำทางสังคม เช่น มิติด้านสุขภาพ มิติด้านการคมนาคม มิติด้านวัฒนธรรม มิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านกฎหมาย มิติด้านการศึกษา มิติด้านการพัฒนาทักษะ เป็นต้น และอีกสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมาก คือ การกำหนดสิทธิประโยชน์ที่สามารถมอบให้แก่ผู้กระทำทางสังคมที่แสดงพฤติกรรมเชิงบวก กล่าวคือ การที่หน่วยงานต่าง ๆ ให้ความร่วมมือเป็นอย่างมา มาเข้าร่วมระบุสิทธิประโยชน์ที่แต่ละหน่วยงานสามารถมอบให้ได้ ทำให้มีสิทธิประโยชน์จำนวนมากที่อาจสามารถจูงใจผู้กระทำทางสังคมสนใจเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของระบบเครดิตทางสังคมและกระตุ้นให้เกิดการแสดงพฤติกรรมเชิงบวกเพิ่มขึ้นได้

จากที่ได้กล่าวมาถึงองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินระบบเครดิตทางสังคม ได้แก่ 1) การกำหนดขอบเขตพฤติกรรม 2) การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 3) การให้สิทธิประโยชน์ และ 4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การวางแผนดำเนินระบบเครดิตทางสังคมของแต่ละองค์ประกอบอาจจำเป็นต้องดำเนินการควบคู่กันไปเพื่อผลักดันให้ระบบเครดิตทางสังคมก่อตัวขึ้นได้จริงในระดับประเทศและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของระบบเครดิตทางสังคมตามที่กำหนดเป้าหมายไว้

สรุปและอภิปรายผล

บทความชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินระบบเครดิตทางสังคมจากกรณีศึกษาต่างประเทศ และการเสนอแนวทางการปรับใช้ระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย โดยอาศัยการทบทวนเอกสารและการสัมภาษณ์หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การใช้ระบบเครดิตทางสังคมของสหรัฐอเมริกา คือ การให้ความสำคัญกับสิทธิและเสรีภาพของพลเมือง รวมถึงการรักษาความเป็นส่วนตัวโดยเฉพาะข้อมูลส่วนตัวของพลเมือง ด้วยเหตุนี้ ทำให้การออกแบบระบบเครดิตทางสังคมของสหรัฐอเมริกา จึงมุ่งเน้นไปที่การรักษาและป้องกันความปลอดภัยให้แก่พลเมืองมากกว่าควบคุมและสอดส่องพฤติกรรม ในขณะที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ระบบเครดิตทางสังคมถูกสร้างขึ้นเพื่อแก้ปัญหาความไว้วางใจทางสังคม ระบบเครดิตทางสังคมจึงถูกนำมาใช้เป็นกลไกในการสอดส่องและควบคุมพฤติกรรมขององค์กรและพลเมืองในหลากหลายมิติ

สำหรับการปรับใช้ระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย มีจุดมุ่งหมายที่อาจแตกต่างไปจากบริบทของประเทศไทยอื่น ๆ กล่าวคือ เป้าหมายของระบบเครดิตทางสังคมในประเทศไทย คือ การส่งเสริมให้ประชาชนแสดงพฤติกรรมเชิงบวก ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่หมายรวมถึงพฤติกรรมที่นอกเหนือไปจากบรรทัดฐานขั้นพื้นฐานที่ของสังคมคาดหวัง ซึ่งเป็นการแสดงพฤติกรรมทางเลือกที่ประชาชนจะเลือกทำหรือไม่ทำก็ได้ เช่น การบริจาคเลือด การเข้าร่วมเป็นจิตอาสา การพัฒนาทักษะ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนแสดงพฤติกรรมเชิงบวก ภาครัฐจึงมีเป้าหมายให้พฤติกรรมเชิงบวกนี้มีผลตอบแทนที่เป็นรูปธรรม จึงแปลงพฤติกรรมให้เป็นคะแนน แล้วนำคะแนนไปแปลงเป็นสิทธิประโยชน์ โดยพฤติกรรมเชิงบวกนี้อาจแตกต่างกันไปตามความเฉพาะของแต่ละพื้นที่ และการกำหนดสิทธิประโยชน์นี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือระหว่างหน่วยงานและภาคส่วนต่าง ๆ

จากแนวทางการดำเนินระบบเครดิตในต่างประเทศ รวมถึงประเทศไทย จะเห็นได้ว่า การดำเนินระบบเครดิตทางสังคมมีสาระสำคัญเกี่ยวกับจัดระเบียบทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการควบคุมทางสังคม เพื่อให้สมาชิกในสังคมสามารถอยู่ร่วมกันได้จำเป็นต้องอาศัยกลไกการทำงานของกฎเกณฑ์และบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกันเป็นเครื่องชี้นำแนวทางการกระทำของสมาชิกในสังคม หากแต่กฎเกณฑ์และบรรทัดฐานทางสังคมที่ถูกกำหนดขึ้นเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอให้สมาชิกของสังคมที่มีความแตกต่างหลากหลายยอมปฏิบัติตามบรรทัดฐานได้ การควบคุมทางสังคมจึงเป็นกลไกที่สำคัญ โดยการควบคุมทางสังคมที่สามารถทำได้ คือ การทำให้สมาชิกทางสังคมและชุมชนควบคุมตนเอง นอกจากนี้ กลไกที่ทำให้สมาชิกของสังคมเกิดความ

ยับยั้งจิตใจและใคร่ครวญอย่างถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจแสดงการกระทำ คือ ผลที่จะตามมาจากการกระทำ นั่นคือรางวัลและบทลงโทษ (Janowitz, 1975; Gottfredson, 2006; 2011; Gottfredson & Hirschi, 1990)

อย่างไรก็ตาม การนำระบบเครดิตทางสังคมมาประยุกต์ใช้ในบริบทสังคมไทยจำเป็นต้องมีการศึกษานำร่องในพื้นที่ชุมชนจริง เพื่อปรับวิธีการดำเนินให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้คนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการดำเนินการระบบเครดิตทางสังคมยังจำเป็นต้องคำนึงถึงกลไกการควบคุมความถูกต้องและความโปร่งใสในการให้และบันทึกคะแนนเครดิตทางสังคมเป็นสำคัญ เนื่องจากกลไกการบันทึกและตรวจสอบคะแนนเครดิตเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของระบบและความไว้วางใจของประชาชน ดังนั้น ระบบและกลไกการควบคุมการให้เครดิตทางสังคมจำเป็นต้องมีการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาระบบการดำเนินงานอย่างถี่ถ้วน

เอกสารอ้างอิง/References

- วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า. (2560). *รางวัลพระปกเกล้า' 60*. สืบค้นจาก <https://kpi-lib.com/multim/FlipPdf/kpi11663/kpi11663.html#p=229>.
- อาทิตย์ วันนารี่ และฉันทย์พัทธ์ ไคร์วานิช. (2563). *ระบบเครดิตทางสังคม กรณีศึกษา ธนาคารความดี ตำบลหนองสาหร่าย อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา เศรษฐกิจดิจิทัล, สถาบันเศรษฐศาสตร์).
- CCTV. (2016). *NDRC and Alibaba Establish Business Credit System (Guojia Fagaiwei Yu Alibaba Gongjian Shangwulingyu Chengxintixi Jianshe)*.” CCTV. Retrieved from <http://jingji.cctv.com/2016/12/02/ARTIzflPF9czN0EvELy9xAsK161202.shtml>.
- Cho, E. (2020). The Social Credit System: Not Just Another Chinese Idiosyncrasy. *JOURNAL OF PUBLIC & INTERNATIONAL AFFAIRS*. Retrieved from <https://jpia.princeton.edu/news/social-credit-system-not-just-another-chinese-idiosyncrasy>.
- Gottfredson, M. (2006). The empirical status of control theory in criminology. In F. Cullen et al. (Eds.), *Taking stock: The status of criminological theory*. New Brunswick, NJ: Transaction Press.
- Gottfredson, M. R. (2011). Sanctions, situations, and agency in control theories of crime. *European Journal of Criminology*. 8(2), 128–143.
- Gottfredson, M., & Hirschi, T. (1990). *A general theory of crime*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Janowitz, M. (1975). Sociological Theory and Social Control. *American Journal of Sociology*. 81(1), 82–108. Retrieved from doi:10.1086/226035.

- Kasl, F. (2019). *SURVEILLANCE IN DIGITALIZED SOCIETY: THE CHINESE SOCIAL CREDIT SYSTEM FROM A EUROPEAN PERSPECTIVE*. Retrieved from www.ilaw.cas.cz/tlq.
- Kostka, G. (2019). China's social credit systems and public opinion: Explaining high levels of approval. *New media & Society*. 21(7), 1565-1593.
- Liang, F., Das, V., Kostyuk, N., & Hussain, M.M. (2018). Constructing a Data-Driven Society: China's Social Credit System as a State Surveillance Infrastructure. *Policy & Internet*. 10. 415-453. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/poi3.183>.
- Liu, C. (2019). *Multiple Social Credit Systems in China*. Retrieved from <https://doi.org/10.31235/osf.io/v9frs>.
- Sithigh, M.D., & Siems, M. (2019). *The Chinese social credit system: A model for other countries?*. European University Institute, Italy.
- Small, M. (2019). *China's Social Credit System and Pro-Environmental Behaviour*. Department of Earth Sciences: Uppsala.
- Trivium. (2019). *Understanding China's Social Credit System*. Retrieved from <https://socialcredit.triviumchina.com/wp-content/uploads/2019/09/Understanding-Chinas-Social-Credit-System-Trivium-China-20190923.pdf>.
- Woesler, M., Warnke, M., Kettner, M., & Lanfer, J. (2021). The Chinese Social Credit System. Origin, political design, exoskeletal morality, and comparisons to Western systems. *European Journal of Interdisciplinary Studies*. 2. 7-35.

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Thammasat University Research and Consultancy Institute
Anekprasong 1 Building, 7 Floor, 2 Prachan Road,
Phraborommaharajchawang Phranakorn, Bangkok 10200
Tel. 0-2613-3120-2, 0-2223-3757
<https://turac.tu.ac.th/>