

การพัฒนาศักยภาพที่พักอำเภอเชียงคานเพื่อเสริมสร้างอารยธรรมริมฝั่งโขงที่ยั่งยืน
ในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

POTENTIAL OF ACCOMMODATION DEVELOPMENTS IN CHIANG KHAN
DISTRICT TO REINFORCE SUSTAINABLE CIVILIZATION ALONG MEKONG
RIVER IN APPROACHING ASEAN COMMUNITY

สมพงษ์ อัสวริยธิปัตติ
Sompong Aussawariyathipat

อาจารย์ประจำสถาบันเทคโนโลยีการบินและอวกาศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก จังหวัดชลบุรี
Lecturer of Institute of Aviation and Aerospace Technology
Rajamangala University of Technology Tawan-ok
E-mail: drsompong.a@gmail.com

Received: June 14, 2020
Revised: October 14, 2020
Accepted: October 18, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การบริหารจัดการ ปัญหาและอุปสรรคธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน 2) ความคาดหวังและการรับรู้ในศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และ 3) วิเคราะห์องค์ประกอบกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพที่พักอำเภอเชียงคานเพื่อเสริมสร้างอารยธรรมริมฝั่งโขงที่ยั่งยืนในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการท่องเที่ยว ด้านการตลาดและนักท่องเที่ยว จำนวน 10 คน และกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่พักในอำเภอเชียงคานจำนวน 450 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

ผลการศึกษาพบว่า 1) การบริหารงานธุรกิจที่พักในปัจจุบัน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่บริหารงานธุรกิจแบบครอบครัว อุปสรรคที่สำคัญคือข้อจำกัดด้านพื้นที่ในการให้บริการที่ไม่สามารถขยายพื้นที่ได้ 2) ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. 0.25) และการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. 0.32) และ 3) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพที่พักในอำเภอเชียงคาน ประกอบด้วย (1) พนักงานให้ความเอาใจใส่ (2) ความสะอาดสบายของที่พัก (3) กระบวนการให้บริการมีความหลากหลาย (4) บรรยากาศ

เหมาะกับการพักผ่อนมีเอกลักษณ์ (5) การส่งเสริมการตลาดต่อเนื่องเฉพาะกลุ่ม (6) การรับรู้ด้านราคา โดยองค์ประกอบทั้งหมดนี้อธิบายความแปรปรวนกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพที่พักในอำเภอเชียงคานได้ร้อยละ 79.351

คำสำคัญ

การพัฒนาศักยภาพที่พัก เชียงคาน ประชาคมอาเซียน

ABSTRACT

This mixed method research integrated with the qualitative and quantitative approach has aimed to study 1) the scenario of accommodation management, problems and threats in Chiang khan district, 2) the expectations and perceptions in development potential of accommodation management in Chiang khan district, Loei province, and 3) exploratory factor analysis in strategic potential development of accommodation management in Chiang khan district to reinforce sustainable of civilization along Mekong River in approaching the ASEAN community. In quantitative method, the 10 persons from accommodation's entrepreneurs, experts in tourism and marketing management and tourists were collected data and the quantitative method, the 450 tourists who visiting in Chiang Khan Area were used to gather data. The semi-structural interview and 5 scaled questionnaires were carried out as research tools. The analyzing of quantitative study has implemented Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation (S.D.) and Exploratory Factor Analysis.

The research findings revealed that: 1) the most recent of accommodations' management is a family business which has a major problem with the limitation of area where it is unable to be expanded. 2) The studying in accommodation guests' expectations found that it is in high level ($\bar{X} = 4.38$, S.D. 0.25) and their perceptions are also in high level ($\bar{X} = 3.91$, S.D. 0.32). And 3) the results of exploratory factor analysis in strategic potential development of accommodation management in Chiang khan district have comprised of (1) accommodation employee's hospitality, (2) accommodation comfortability, (3) various of servicing processes, (4) unique in leisure atmospheres, (5) continued promotions in niche group and (6) pricing perceptions. According to overall factors are able to explain to the variance of accommodation's strategic potential development in Chiang khan district at 79.351 percent.

Keywords

Potential Development, Chiang Khan, ASEAN Community

ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศ และยังช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ทำให้ประเทศไทยต้องปรับทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้อัตลักษณ์ของประเทศ (Sanglimsuwan, 2012) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ประเทศไทยจะต้องเตรียมความพร้อมในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากในอดีตที่ผ่านมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สร้างชื่อเสียงและรายได้ให้แก่ ประเทศไทยเป็นอย่างมาก เมื่อเริ่มเข้าสู่ประชาคมอาเซียน มีแนวโน้มว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มปริมาณมากขึ้น ดังนั้นจึงควรให้ความสนใจและเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านนโยบายและการจัดการควรให้ความสนใจการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว (Kosol and Suttawet, 2013) เพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด และยังคงรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ หรือเพื่อให้เกิดผลกระทบที่น้อยที่สุด ซึ่งการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ทั้งหน่วยงานราชการ องค์กร ภาคเอกชน เครือข่ายต่าง ๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในท้องถิ่นและการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นควบคู่กัน

จังหวัดเลยเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่ติดต่อกับภาคเหนือและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวโดยมีแม่น้ำสายสำคัญคือแม่น้ำโขงไหลผ่าน ด้วยความสำคัญของพื้นที่ทำให้จังหวัดเลย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และสามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวให้ไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่นได้สะดวก เชียงคานเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเลย เป็นเมืองโบราณเก่าแก่ริมฝั่งโขงที่มีอายุกว่า 650 ปี ในช่วงที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเชียงคานเป็นจำนวนมาก สืบเนื่องมาจากเชียงคานยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ประชาชนในพื้นที่มีการใช้ชีวิตที่เรียบง่ายพอเพียง วิธีการใช้ชีวิตยังคงเป็นแบบดั้งเดิม เป็นชุมชนที่มีความสงบ บรรยากาศที่สำคัญที่ทำให้เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวคือ ภาพบ้านเก่า ๆ ที่เรียงรายติดกันริมถนนชายโขง (Chiangkhan, 2018) มีเส้นทางที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวโดยการเดินเท้าหรือปั่นจักรยาน นอกจากนี้บริเวณถนนชายโขง ซึ่งถือเป็นถนนที่สำคัญมีธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ ร้านอาหาร และร้านค้าที่เป็นร้านค้าแนวพิเศษ ส่วนราชการในพื้นที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ความเป็นชุมชนแบบเดิมจึงเป็นสิ่งสร้างมนต์เสน่ห์ให้กับเชียงคานเป็นอย่างมาก โดยปริมาณการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวนั้น ทำให้ธุรกิจที่พักได้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ที่ต้องการใช้เวลาว่างในช่วงวันหยุดเพื่อการพักผ่อน ดังนั้นการจัดการด้านธุรกิจที่พัก จึงมีความสำคัญต่ออำเภอเชียงคาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเส้นทางระหว่างประเทศถูกเปิดด้วยการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของไทย ธุรกิจที่พักต้องสามารถสร้างคุณค่า ความแตกต่างและคำนึงถึงสังคมสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนไปพร้อมกัน อีกทั้งการรักษาสภาพและการนำเสนอบรรยากาศที่มีความโดดเด่น ให้คงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของที่พักอำเภอเชียงคาน ซึ่งสอดคล้องกับสุริย์ เข้มทอง (Khemthong, 2015) ได้กล่าวว่า โรงแรมที่มีขนาดเล็กและสามารถรักษาบรรยากาศในอดีตไว้และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันโดยอาศัยศิลปะการตกแต่งให้กลมกลืนกับอดีตกาลหรือย้อนยุค ถือเป็นเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ผลการวิจัยของอิสรา เษายนนท์และไพรินทร์ สมภพสกุล (Seyanon and Sompopsakul,

2010) เรื่อง การสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของธุรกิจโฮมสเตย์กรณีศึกษาโฮมสเตย์บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ความต้องการเกี่ยวกับโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบทางบวกต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้จากการสำรวจข้อมูลพื้นฐานในด้านการบริหารงานและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจที่พักในอำเภอเชิงฉวาง พบว่า ผู้ประกอบการมีขนาดพื้นที่ในการให้บริการจำกัด โดยเฉพาะที่พักที่อยู่บริเวณถนนคนเดินในตำบลเชิงฉวาง ซึ่งอุปสรรคดังกล่าวเป็นประเด็นปัญหาใกล้เคียงกับผลการวิจัยของกาญจนา สุคันธสิริกุล (Sukhanthasirikun, 2015) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งพบปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ ได้แก่ การปรับปรุงคุณภาพของที่พักและบริการยังสู้เอกชนไม่ได้ สถานที่ตั้งของกลุ่มโฮมสเตย์ตั้งอยู่ในพื้นที่ชนบทการเดินทางไม่สะดวกในบางฤดูกาล ช่องทางที่ใช้ในการติดต่อส่วนใหญ่ผ่านทางโทรศัพท์บางครั้งไม่สามารถติดต่อได้ บุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการ และการสร้างรายได้จากบริการอื่น ๆ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่า การสร้างศักยภาพที่พักเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะประเด็นการสร้างที่ยั่งยืนในระยะยาว รวมทั้งผู้ประกอบการนั้นสามารถคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญของพื้นที่อำเภอเชิงฉวาง ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพที่พักอำเภอเชิงฉวางจังหวัดเลยเพื่อเสริมสร้างอารยธรรมริมฝั่งโขง จะมีความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจที่พักและรักษาไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของที่พักในพื้นที่ริมฝั่งแม่น้ำโขงให้คงอยู่ในระยะยาว ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการธุรกิจที่พักสามารถสร้างความมั่นคงยั่งยืนด้วยความสามารถในการตอบสนองการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนได้อย่างมีคุณภาพต่อไป

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพที่พักอำเภอเชิงฉวางเพื่อเสริมสร้างอารยธรรมริมฝั่งโขงที่ยั่งยืนในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนควรมีองค์ประกอบเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการ ปัญหาและอุปสรรคธุรกิจที่พักในอำเภอเชิงฉวาง
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ในศักยภาพการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดบริการธุรกิจที่พักในอำเภอเชิงฉวาง จังหวัดเลย
3. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพที่พักอำเภอเชิงฉวางเพื่อเสริมสร้างอารยธรรมริมฝั่งโขงที่ยั่งยืนในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดการท่องเที่ยว ด้านการตลาด และนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้เข้าพักในที่พักบริเวณอำเภอเชียงคานรวมจำนวน 10 คน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงปริมาณ

กลุ่มประชากร

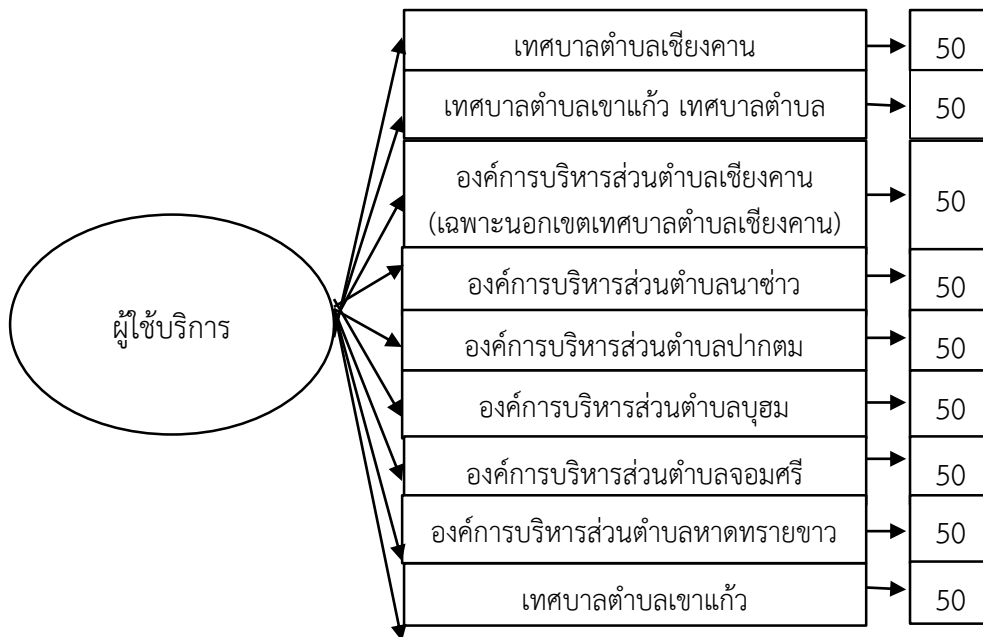
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน และเข้าพักในที่พักพื้นที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคานและเข้าพักในที่พักพื้นที่อำเภอเชียงคาน โดยผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรของบุญชม ศรีสะอาด (Srisa-Ard, 2017) ซึ่งกำหนดให้สัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.50 ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 384 คน แต่ในการศึกษาวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นจำนวน 450 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มพื้นที่ตามเขตการปกครอง (Cluster Random Sampling) โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. ขั้นตอนที่ 1 กำหนดพื้นที่ในการศึกษาวิจัยโดยผู้วิจัยเลือกพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาจากการแบ่งเขตการปกครองท้องถิ่นจำนวน 9 แห่งดังนี้ เทศบาลตำบลเชียงคาน เทศบาลตำบลธาตุ องค์การบริหารส่วนตำบลเชียงคาน (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลเชียงคาน) องค์การบริหารส่วนตำบลนาซาว องค์การบริหารส่วนตำบลปากคม องค์การบริหารส่วนตำบลบุษม องค์การบริหารส่วนตำบลจอมศรี องค์การบริหารส่วนตำบลหาดทรายขาว และเทศบาลตำบลเขาแก้ว

2. ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างตามเขตพื้นที่ด้วยจำนวนสัดส่วนที่เท่ากัน โดยผู้วิจัยได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างใน 9 พื้นที่ ๆ ละ 50 คน



ภาพที่ 1 แสดงเทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น โดยผ่านการวิเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสภาพการบริหารจัดการปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการของธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน และนำไปใช้ในการสัมภาษณ์จริง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลัก โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นผู้ให้บริการธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยแบบสอบถามจะมีองค์ประกอบที่สำคัญจำนวน 4 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะข้อคำถามแบบปลายปิด โดยมีคำตอบให้เลือก ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ให้บริการธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ซึ่งลักษณะข้อคำถามแบบปลายปิด โดยมีคำตอบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ในกลยุทธ์การตลาดบริการธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยมีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับธุรกิจที่พักของผู้ให้บริการ

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยรวมทั้งสอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ โดยผลการทดสอบ พบว่า ค่าความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index: IOC) ของข้อคำถามที่ใช้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีคุณภาพและสามารถใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ใช้บริการที่พักในอำเภอเชียงคานที่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 ตัวอย่าง (โดยการกำหนดค่าที่ต้องการจำนวน 10 % จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง 450 ตัวอย่าง) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.903

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

1. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การสรุปและนำเสนอในรูปแบบประเด็นสำคัญหลัก ๆ ที่ได้ เพื่อนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างข้อคำถามและใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพที่พักในอำเภอเชียงคาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 การศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมกรมการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.2 การศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ในศักยภาพการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดบริการของที่พักอำเภอเชียงคาน โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพที่พักอำเภอเชียงคานเพื่อเสริมสร้างอารยธรรมริมฝั่งโขงที่ยั่งยืนในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพที่พักอำเภอเชียงคานเพื่อเสริมสร้างอารยธรรมริมฝั่งโขงที่ยั่งยืนในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอได้ตามลำดับดังนี้

1. ผลการศึกษการบริหารจัดการ ปัญหาและอุปสรรคที่ที่พักอำเภอเชียงคาน พบข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับการบริหารงานที่พัก คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่บริหารงานธุรกิจแบบครอบครัว และในปัจจุบันธุรกิจที่พักต่างพยายามในการปรับตัวเพื่อรองรับความต้องการของผู้ที่เข้าพักโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่เดินทางมายังอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ทั้งนี้ได้มีการพัฒนาปรับปรุงสถานที่พักที่เป็นไปตามแนวทางของหน่วยงานราชการกำหนดคือ การคงสภาพของความเป็นแหล่งที่พักท้องถิ่นที่มีการผสมผสานระหว่างการใช้วัสดุที่เป็นไม้รวมอยู่ด้วยในการตกแต่งให้เกิดเอกลักษณ์และความสวยงาม ข้อจำกัดที่สำคัญของการบริหารจัดการที่พักในปัจจุบัน คือ การขยายพื้นที่และจำนวนห้องพักในการให้บริการ เพราะพื้นที่มีอยู่อย่างจำกัด

2. ผลการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ในศักยภาพการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดบริการธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาตามลำดับดังนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการที่พักอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 58.89 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี 283 คน คิดเป็นร้อยละ 62.89 เป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ได้รับระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 43.11 โดยมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 ตามลำดับ

2.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ใช้บริการธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยพบว่า

ผู้ใช้บริการที่พักในอำเภอเชียงคาน เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวและพักในที่พักอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 84.00 มีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเลยเฉลี่ยต่อปีน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ครั้งต่อปี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เพื่อพักผ่อน จำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 79.56 เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง จำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 75.33 ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 47.56 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อครั้งระหว่าง 3,001 – 4,000 บาท จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีเหตุผลที่ทำให้เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน คือ มีค่าครองชีพและค่าใช้จ่ายไม่สูงมากเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีลักษณะเดียวกัน จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 28.22 รับรู้ข้อมูลที่พักจากสื่ออินเทอร์เน็ตออนไลน์ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีเหตุผลสำคัญในการเลือกที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยคือ สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 29.78 ให้ความสำคัญกับราคาที่ทำให้เลือกเข้าพักต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00

2.3 ผลการศึกษาความคาดหวังและการรับรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการและกลยุทธ์การตลาดบริการที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า

ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$, SD. 0.25) และการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, SD. 0.32)

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพที่พักในอำเภอเชียงคาน เพื่อเสริมสร้างอารยธรรมฝั่งโขงที่ยั่งยืนในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

จากการศึกษาความคาดหวังในศักยภาพการบริหารจัดการกลยุทธ์การตลาดบริการ ธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลหลังจากที่ได้มีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยมาวิเคราะห์กลุ่มปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อให้ได้กลุ่มปัจจัยที่จะนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาศักยภาพในธุรกิจที่พัก โดยผู้วิจัยนำกลยุทธ์การตลาดบริการทั้งหมดจำนวน 7 ปัจจัย ประกอบด้วย 35 ตัวแปร ด้วยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 450 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ Gorsuch (1983) และ Knapp & Brown (1995) หลังจาก

นั้นผู้วิจัยนำตัวแปรทั้งหมดไปสกัดความเหมือนกันของตัวแปรให้ออกมาเป็นกลุ่มปัจจัย (Factor) เพื่อให้เกิดปัจจัยใหม่และนำไปใช้สำหรับการพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป

การวิเคราะห์ปัจจัย Factor Analysis ผู้วิจัยได้ทำการคำนวณค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) โดยเป็นการทดสอบว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ และคำนวณเป็นค่า KMO โดยค่า KMO ที่สูง แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัย และหากค่า KMO ต่ำกว่า 0.5 แสดงว่าข้อมูลที่รวบรวมได้ไม่เหมาะสมที่จะนำไปใช้วิเคราะห์ปัจจัย

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของตัวแปร (Principle Component Analysis) มีการหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) โดยเป็นการหมุนแกนตั้งฉาก (Orthogonal) ด้วยวิธีการแบบ Varimax แล้วใช้เกณฑ์ในการตัดสินจำนวนปัจจัยที่เหมาะสมจากการพิจารณาค่า Factor Loading ของตัวแปรในปัจจัย ซึ่งต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.50 (Kerlinger, 1986) ศรีเพ็ญ ทรัพย์มนชัย มนวิภา ผดุงสิทธิ์ และนภดล ร่วมโพธิ์ (Submonchai, Phadoongsitthi and Rompho, 2013) จากการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 4 ครั้ง พบว่าตัวแปรลดลงจากเดิม 35 ตัวแปร เหลือจำนวน 17 ตัวแปร โดยได้องค์ประกอบทั้งหมด 6 องค์ประกอบ ซึ่งจากการสกัดองค์ประกอบเชิงสำรวจเป็นการลดขนาดของตัวแปรเดิมลงมาได้จำนวน 18 ตัวแปร โดยผลของการสกัดปัจจัยสามารถนำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่า KMO และ Bartlett's ของตัวแปรด้านกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพที่พักที่ทำการหมุนแกนครั้งที่ 4

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Simpling Adeqacy		.592
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4545.894
	df	136
	Sig.	.000

จากตารางที่ 1 ค่า KMO เท่ากับ 0.592 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.50 - 1.00 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่รวบรวมได้มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้วิเคราะห์ปัจจัย (Kerlinger, 1986) ศรีเพ็ญ ทรัพย์มนชัย มนวิภา ผดุงสิทธิ์ และนภดล ร่วมโพธิ์ (Submonchai, Phadoongsitthi and Rompho, 2013) และจากผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่า ค่าสถิติ Chi-square = 4545.894 และมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบ จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรด้านกลยุทธ์การตลาดบริการทั้ง 17 ตัวแปร มีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย และสามารถนำไปวิเคราะห์ปัจจัยต่อไปได้ โดยตัวแปรทั้ง 17 ตัวแปรนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสกัดปัจจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของตัวแปร (Principle Component Analysis) มีการหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) โดยเป็นการหมุนแกนตั้งฉาก (Orthogonal) ด้วยวิธีการแบบ Varimax แล้วใช้เกณฑ์ในการตัดสินจำนวน ปัจจัยที่เหมาะสมจากการพิจารณาค่า Factor Loading ของตัวแปรในปัจจัย ซึ่ง

ต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.50 เป็นครั้งที่ 4 โดยพบการวิเคราะห์ปัจจัย และหมุนแกนของปัจจัยกลยุทธ์ การพัฒนาศักยภาพที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ได้องค์ประกอบใหม่ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 Accommodation employee's hospitality (พนักงานให้ความเอาใจใส่)

1. PROCE5 รูปแบบการให้การต้อนรับผู้เข้าพักมีความเป็นกันเองเหมาะสมกับเป็นที่พักในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน (.701)

2. PEOE1 มีบุคลากรเพียงพอในทุกช่วงเวลาเพื่อรองรับการให้บริการ (.769)

3. PEOE2 บุคลากรเป็นบุคคลที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มเหมาะสมกับการให้บริการ (.767)

4. PEOE3 บุคลากรเป็นผู้ที่สามารถให้ความช่วยเหลือโดยสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี (.860)

5. PEOE4 บุคลากรมีพฤติกรรมที่เป็นมิตรและสร้างความอบอุ่นในการให้บริการ (.775)

องค์ประกอบที่ 2 Accommodation comfortability (ความสะดวกสบายของที่พัก)

1. PROE1 มีขนาดห้องพักให้เลือกใช้บริการที่หลากหลาย (.858)

2. PROE2 มีการให้ข้อมูลกับผู้เข้าพักอย่างเหมาะสม เช่น การแจ้งข้อมูลการเข้าพัก เป็นต้น (.936)

3. PROE3 ห้องพักรมมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่เพียงพอเหมาะสมกับการเป็นที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (.795)

องค์ประกอบที่ 3 Various of servicing processes (กระบวนการให้บริการมีความหลากหลาย)

1. PROCE1 ที่พักมีกระบวนการที่เป็นมาตรฐานสากลเช่น ระบบการจองที่พัก เป็นต้น (.844)

2. PROCE2 การให้บริการมีความสะดวกและรวดเร็วเช่น การเช็คอินเข้าพัก เป็นต้น (.923)

3. PROCE3 มีการออกแบบวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น การชำระเงินแอปพลิเคชัน แม่มณี เป็นต้น (.785)

องค์ประกอบที่ 4 Unique in leisure atmospheres (บรรยากาศมีเอกลักษณ์เหมาะสมกับการพักผ่อน)

1. PHE3 มีการตกแต่งห้องพักโดยเน้นสร้างความผ่อนคลายได้อย่างลึกซึ้งตามแบบฉบับที่พักในแหล่งชุมชนท่องเที่ยว (.931)

2. PHE4 มีการออกแบบที่พักที่ทำให้รู้สึกถึงการพักผ่อนอย่างสมบูรณ์ (.910)

องค์ประกอบที่ 5 Continued promotions in niche group (การส่งเสริมการตลาดต่อเนื่องเฉพาะกลุ่ม)

1. PROM4 ที่พักมีการจัดโปรแกรมการเข้าพักผสมผสานกับโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเชียงคานหรือกิจกรรมระหว่างเข้าพักเช่น การตักบาตรข้าวเหนียว เป็นต้น (.915)

2. PROM5 ที่พักมีการจัดการด้วยการนำเสนอการให้บริการและรายการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง (.891)

องค์ประกอบที่ 6 Pricing perceptions (การรับรู้ด้านราคา)

1. PRIE2 การกำหนดราคาอยู่ในระดับเดียวกับที่พักที่ให้บริการเดียวกัน (.825)

2. PRIE3 การกำหนดราคามีหลายระดับเพื่อให้ผู้เข้าพักสามารถเลือกได้ตามความสามารถในการชำระค่าที่พัก (.877)

ตารางที่ 2 ตารางสรุปข้อมูลการสกัดองค์ประกอบสำหรับกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพที่พักริในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

(n = 450)

Item	Component					
	1. Accommodation employee's hospitality	2. Accommodation comfortability	3. Various of servicing processes	4. Unique in leisure atmospheres	5. Continued promotions in niche group	6. Pricing perceptions
Items	5	3	3	2	2	2
Loading factor	0.701-0.860	0.795-0.936	0.785-0.923	0.910-0.931	0.891-0.915	0.825-0.877
Communalities	0.535-0.786	0.758-0.923	0.852-0.866	0.866-0.893	0.905-0.923	0.804-0.830
Elgenvalues	4.156	2.856	2.425	1.603	1.402	1.049
Percentage of variance	18.602	14.375	14.100	11.913	10.978	9.382
	Cumulative percentage of variance = 79.351					
Cronbach's alpha coefficients	0.838	0.859	0.859	0.892	0.871	0.701

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้นั้น เป็นไปตามเกณฑ์ข้อตกลงเบื้องต้นของการใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพที่พักริอำเภอเชียงคานเพื่อเสริมสร้างอารยธรรมริมฝั่งโขงที่ยั่งยืนในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน พบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจที่พักริในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$, $SD. = 0.25$) ซึ่งอธิบายได้ว่าโดยปกติของผู้ที่มีความต้องการเข้าพักในโรงแรม รีสอร์ท หรือที่พักริใด ๆ ก็ตามที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวผู้เข้าพักต่างมีความคาดหวังในการได้รับบริการที่ดี เพื่อที่จะได้มีความสุขในการพักผ่อน หรือในส่วนของผู้เข้าพักบางกลุ่มที่มีความสามารถในการจ่ายที่แตกต่างกันออกไป ก็มีความคาดหวังที่จะสามารถเลือกห้องพักในระดับราคาที่เหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับการแนวคิดของการบริการของสุริย์ เข้มทอง (Khemthong, 2016) ได้กล่าวว่า ในมุมมองของผู้รับบริการจะพิจารณาการเข้าใช้บริการจากความคุ้มค่าในเชิงเวลา คุ้มค่าเชิงอารมณ์ คุ้มค่าเชิงการเงินและพฤติกรรมที่ตัดสินใจและความตั้งใจใช้

บริการของผู้รับบริการจะขึ้นกับประสบการณ์ของผลลัพธ์การบริการที่เคยได้รับ และผลการศึกษาการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, $SD. = 0.32$) ซึ่งอธิบายได้ว่าธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคานจังหวัดเลย มีความสามารถในการตอบสนองกับลูกค้าที่อยู่ในระดับมาก โดยธุรกิจที่พักต่างทราบดีว่าลูกค้ามีความประสงค์หรือความต้องการในการเข้าพักอย่างไร และต่างพยายามที่จะตอบสนองให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้เพราะการสร้างการรับรู้ที่เหมาะสมจะช่วยให้เกิดการเข้าพักอย่างต่อเนื่อง โดยสุวีร์ณิสัญ โสภณศิริ (Sophonsiri, 2011) กล่าวว่า การรับรู้มีผลต่อพฤติกรรมเป็นอย่างมาก โดยสัมพันธ์กับแนวคิดของมณฑกานติ ชุบชูวงศ์ (Chubchuwong, 2019) ได้กล่าวว่าการรับรู้ของบุคคลแตกต่างกันไปตามการแปลความหมายของสิ่งที่บุคคลได้สัมผัส และสุริย์ เข้มทอง (Khemthong, 2016) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาดในธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมและที่พักทางเลือกไว้ว่า ผู้ประกอบการนอกจากจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้บริหารด้านทรัพยากรมนุษย์แล้ว ยังต้องปฏิบัติหน้าที่ด้านการตลาดด้วย โดยบทบาทที่สำคัญคือการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันซึ่งต้องเป็นไปตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

จากผลการศึกษาจะเห็นว่าความคาดหวังของผู้เข้าพักกับการรับรู้เมื่อเข้าใช้บริการ พบว่ามีความแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเกิดขึ้นจากความสามารถในการให้บริการที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวัง เช่น ห้องพักของที่พักบางแห่งมีโครงสร้างเป็นไม้ซึ่งส่งผลให้ขาดความเป็นส่วนตัวในการพักผ่อนเป็นต้นและความแตกต่างดังกล่าวอาจเกิดจากผู้เข้าพักที่มาจากพื้นที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Ounsri & Thawesaengskulthai (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Hotel Service Quality Factors Among Different Cultures ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ใช้บริการที่มีสัญชาติต่างกันมีความคาดหวังและการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญและสอดคล้องกับการศึกษาของ Franco & Meneses (2020) ได้ศึกษาเรื่อง The Influence of Culture in Customers' Expectations about the Hotel Service in Latin Countries with Different Human Development Levels ซึ่งพบว่ามิติทางวัฒนธรรมมีผลต่อความคาดหวังของลูกค้า

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยได้กลยุทธ์ที่สำคัญจำนวน 6 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) พนักงานให้ความเอาใจใส่ 2) ความสะอาดสบายของที่พัก 3) กระบวนการให้บริการมีความหลากหลาย 4) บรรยากาศมีเอกลักษณ์เหมาะกับการพักผ่อน 5) การส่งเสริมการตลาดต่อเนื่องเฉพาะกลุ่ม และ 6) การรับรู้ด้านราคา จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบดังกล่าวอธิบายได้ว่า ธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ควรมีการวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจที่พักโดยการสร้างรูปแบบของการบริการด้วยการให้ความสำคัญกับการบริหารด้านพนักงาน ที่ต้องให้ความสำคัญด้วยการดูแลเอาใจใส่สร้างความเป็นกันเองกับลูกค้า มีการปรับปรุงและพัฒนาที่พักให้เกิดความเหมาะสมในการเข้าพัก เช่น การมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องพักที่เหมาะสมกับการเป็นที่พักในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น มีการสร้างระบบการให้บริการที่มีความหลากหลายตามมาตรฐานสากลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติในอนาคต ควรมีการออกแบบบรรยากาศที่มีเอกลักษณ์เหมาะสมกับการพักผ่อน เนื่องจากเป็นแหล่งที่พักที่อยู่บริเวณแม่น้ำโขง ซึ่งมีวัฒนธรรมของประเทศเพื่อนบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่นของเชียงคาน ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการควรสร้างบรรยากาศที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมสองฝั่งโขง

เพื่อเป็นเอกลักษณ์สำคัญของที่พัก ในขณะที่เดียวกันต้องมีการส่งเสริมการตลาดที่มุ่งสู่ลูกค้าเก่าที่เคยเข้าพักมาแล้ว เพื่อเป็นการสร้างความจงรักภักดี และเกิดการให้บริการซ้ำเกิดขึ้นเพื่อสร้างความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว นอกจากนี้ควรมีการสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ด้านราคาในการให้บริการที่มีการปรับขึ้นลงตามฤดูกาล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเสริมความแข็งแกร่งเพื่อรักษาธุรกิจเดิมของสุรีย์ เข้มทอง (Khemthong, 2016) ได้กล่าวว่า การเสริมความแข็งแกร่งเพื่อรักษาธุรกิจเดิมองค์การจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงแบบป้องกันปัญหา องค์การอาจมองเห็นโอกาสทางธุรกิจที่มีในสภาพแวดล้อมองค์การแต่เป็นการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไปเพื่อทดลองเพิ่มความแข็งแกร่งหรือปกป้องธุรกิจเดิมขององค์การเพื่อให้มีผลกระทบต่อองค์การไม่มาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับอัศวิน แสงพิบูล (Sangpikul, 2015) ซึ่งได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการตลาดในการดำเนินธุรกิจโรงแรมขนาดย่อมและที่พักทางเลือก โดยได้กล่าวถึงความต้องการและความจำเป็นซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการตลาดที่ทำให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของมนุษย์ ในแง่ของการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์ นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหรือปัจจัยต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหาร การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. การวิจัยนี้มีประเด็นที่เป็นข้อเสนอแนะจากการวิจัย ดังนี้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณของการบริหารจัดการ อุปสรรคของธุรกิจที่พัก ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้เข้าพักในธุรกิจที่พักอำเภอเชียงคาน จึงนำมาสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพที่พักอำเภอเชียงคานเพื่อเสริมสร้างอารยธรรมริมฝั่งโขงที่ยั่งยืนในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติและนโยบาย

เชิงปฏิบัติ ได้แก่

1) ธุรกิจที่พัก ควรดำเนินการด้วยการฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการผู้เข้าพักด้วยความเอาใจใส่ มีการสร้างความประทับใจด้วยความเป็นกันเองกับผู้ใช้บริการ

2) ผู้ประกอบการต้องสร้างและออกแบบที่พักให้เหมาะสมกับการเข้าพัก การพักผ่อนของผู้ใช้บริการ โดยมุ่งที่ความสะดวกสบายของห้องพักรวมถึงที่จอดรถสำหรับผู้เข้าพักที่ขับรถยนต์ส่วนบุคคล นอกจากนี้ภายในที่พักจะต้องมีการออกแบบพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมกับการเข้าพัก โดยส่วนใหญ่ของผู้เข้าพักบางกลุ่มต้องการความเป็นส่วนตัวเช่น ห้องอาบน้ำภายในห้องพัก เป็นต้น

3) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักควรคำนึงถึงความสามารถในการให้บริการของที่พักในด้านต่าง ๆ เช่น ช่องทางการติดต่อเพื่อจองที่พัก รูปแบบของการให้บริการที่ผู้เข้าพักสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความสะดวกและเหมาะสม เป็นต้น

4) ธุรกิจที่พักควรมีการออกแบบที่พักให้เหมาะสมกับการพักผ่อน สร้างความรู้สึกในการเข้าพักให้ผ่อนคลาย มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเหมาะสมกับเป็นพื้นที่ที่อยู่บริเวณริมแม่น้ำโขง เช่น การรักษาและอนุรักษ์ความเป็นพื้นที่เชียงคาน การออกแบบที่พักด้วยการผสมผสานวัฒนธรรมสองฝั่งโขง

5) ธุรกิจที่พักควรออกแบบกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่มุ่งเฉพาะกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวและนักเดินทางที่ต้องการเข้ามาพักผ่อนที่อำเภอเชียงคาน โดยกลยุทธ์การส่งเสริม

การตลาดที่ควรนำมาใช้เช่น การให้ส่วนลดสำหรับผู้เข้าพักที่สมัครเป็นสมาชิกของธุรกิจที่พัก การให้ส่วนลดในกรณีที่ผู้เข้าพักกลับมาเข้าพักใหม่ในช่วงระยะเวลาที่กำหนดเช่น อาจกลับมาใช้บริการใหม่ภายใน 3 เดือน เป็นต้น

6) ธุรกิจที่พักควรมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับราคาของที่พัก เพื่อให้ผู้ที่มีความต้องการใช้บริการ นักเดินทาง นักท่องเที่ยว สามารถทราบและเข้าถึงราคาที่ถูกลงกว่าเดิม ในการสร้างการรับรู้ด้านราคานี้ อาจมีการปรับเปลี่ยนราคาที่เป็นไปตามฤดูกาลแห่งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่เชียงใหม่

เชิงนโยบาย ได้แก่

1) ธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเลย ควรมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการที่พักในพื้นที่ที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน เพื่อดำเนินการด้านการบริการธุรกิจแบบองค์รวมให้มีทิศทางไปในแนวทางเดียวกันเช่น การคงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นด้วยการสร้างบรรยากาศที่ที่พักที่ใช้ไม้เป็นองค์ประกอบ เพื่อก่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ริมฝั่งโขงที่น่าจดจำ

2) ธุรกิจที่พักในอำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเลย ควรมีการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยอาจร่วมมือกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่อำเภอเชียงใหม่ ในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเดินทางเข้าพัก

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพที่พักหรือการสร้างกลยุทธ์สำหรับที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ควรดำเนินการศึกษาเพิ่มเติมกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้เข้าพักชาวต่างชาติ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย หรือนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคของโลก ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมและใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลายมากขึ้น

2.2) ผู้สนใจในการศึกษาอาจดำเนินการศึกษาด้วยการพัฒนากลยุทธ์ที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ และนำไปทดลองเก็บข้อมูลกับผู้เข้าพักหลังจากที่มีการบริหารจัดการตามรูปแบบที่ได้จากการวิจัยไปแล้วระยะหนึ่ง เพื่อเป็นการยืนยันได้ว่า แนวทางที่ได้ดำเนินการพัฒนาขึ้นมา นั้น สามารถเพิ่มศักยภาพที่พักของธุรกิจที่พักในพื้นที่อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเลยได้อย่างแท้จริง

2.3) ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป อาจมีการเพิ่มวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการเพิ่มวิธีสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ทิ้งก่อนดำเนินการศึกษาและหลังดำเนินการศึกษาเมื่อได้กลยุทธ์แล้ว ซึ่งจะเป็นการยืนยันอีกขั้นหนึ่งถึงกลยุทธ์ที่ได้วิเคราะห์ขึ้นมา

References

- Chiangkhan. (2018). **thanon khon doen** [Walkingstreet]. Retrieved from <https://chiangkhanwalkingstreetloei.wordpress.com/>
- Chubchuwong, M. (2019). **talat rongraem**. [Hotel Marketing]. Bangkok: Chulalongkorn University Press.

- Franco, M & Meneses, R. (2020). The Influence of Culture in Customers' Expectations about the Hotel Service in Latin Countries with Different Human Development Levels. *European Journal of Tourism Hospitality and Recreation*. 10(1), 56-73. DOI: <https://doi.org/10.2478/ejthr-2020-0005>
- Gorsuch, R. L. (1983). *Factor Analysis*. 2nd ed. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Hilldale.
- Kerlinger, F. N. (1986). *Foundations of Behavioral Research* (3rd ed). USA: Holt, Rinehart and Winson.
- Khemthong, S. (2016). *konlayut kānchātkaṅ lāe kāntalāt samrap thurakit rōngrām* [Strategic Management and Marketing for Hotel Business]. Nonthaburi: The Office of the University Press Sukhothaimathirat Open University.
- Khemthong, S. (2015). *kān pen phūprakōpkān thurakit rōngrām khanāt yōm lāe kānchātkaṅ thī phak thāng lūāk nuāi thī sōng* [Entrepreneurship in small hotel business and alternative accommodation management]. Unit 2. Nonthaburi: The Office of the University Press Sukhothaimathirat Open University.
- Knapp, T. R. & Brow, J. K. (1995). Ten Measurement Commandments That Often Should Broke. *Research in Nursing & Health*. 47(4), 456-469.
- Kosol, O. & Suttawet, C. (2013). *kānchātkaṅ dān kānthōngthīeo yāng yangyūn phūā rōng rap kān khao sū prachākhom sēthakit 'Āsīan* [Sustainable Tourism Management for Supporting ASEAN Economics Community]. *Journal of Politics and Governance*. 4(1). 220-232.
- Ounsri, K., & Thawesaengkulthai, N. (2019). *Hotel Service Quality Factors among Different Cultures*. 2019 IEEE 6th International Conference on Industrial Engineering and Applications (ICIEA). DOI: 10.1109/IEA.2019.8715145
- Sanglimsuwan, K. (2012). *kānthōngthīeo choēng mōradok thāng watthanatham yāng yangyūn*. [Sustainable Cultural Heritage Tourism]. *Executive Journal*. 32(4), 139-146.
- Sangpikul, A. (2015). *'ēkkasān prakōp kānsōn chut wicha kān pen phūprakōpkān thurakit rōngrām khanāt yōm lāe kānchātkaṅ thī phak thāng lūāk nuāi thī chēt konlayut kāntalāt samrap thurakit rōngrām khanāt yōm lāe thī phak thāng lūāk* [Entrepreneurship in Small Hotel Business and Alternative Accommodation Management. Unit 7 Marketing Strategy for Small Hotel Business and Alternative Accommodation]. Nonthaburi: The Office of the University Press Sukhothaimathirat Open University.

- Seyanon, A. & Sompopsakul, P. (2010). **kānraprū khruāngmū kānsūsān kāntalāt thī mī phon tō kānthōngthīeo nai talātnam ‘Amphawā čhangwat samut songkhram** [Perception Integrated Marketing Communication Influencing to Tourism at Amphawa Floating Market Samut Songkram Province]. Bangkok: Bangkok University.
- Sophonsiri, S. (2011). **kān wikhrō phruttkam nakthōngthīeo** [Tourist Behavior Analysis]. Bangkok: Intanin.
- Srisa-Ard, B. (2017). **kānwichai būangton** [The Basic of Research]. (10th ed). Bangkok: Suweeriyasan.
- Submonchai, S. & Phadoongsitthi, M. & Rompho, N. (2013). **kānwichai thāng thurakit** [Business Research]. Bangkok: Physicscenter.
- Sukhanthasirikun, G. (2015). **raīngān kānwichai rūang kānphatthanā sakkayaphāp kāntalāt bōrikān khōng hōmsatē thī dai raprōng māttrathanā nai čhangwat Nakhōn Rāchāsīmā** [The Development of the Market Potential of Homestay Services that have been Standardized in Nakhon Ratchasima]. Nakhon Ratchasima: Suranari University of Technology.