



Journal of Social Sciences Innovations (JSSI)

วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์

ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 - พฤษภาคม - มิถุนายน 2567

Vol.1 No.3 - May - June 2024

ISSN : 3057-0948 (Online)



สถาบันส่งเสริมและพัฒนากิจการศึกษาค้นคว้า เลขที่ 1 ม.12 ต.เหล่าช้างคำ อ.โพธาราม จ.หนองคาย
DR Ket Institute of Academic Development and Promotion 1 M.12 Laothangsham Sub-district, Phongsavai District,
Nong Khai Province, 43120, Thailand. Tel.: +6656986350



Crossref





วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์

Journal of Social Sciences Innovations

ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม - มิถุนายน 2567)

Vol 1 No.3 (May - June 2024)

ISSN : 3057-0948 (Online)

_ * ***** _

📖 วัตถุประสงค์

วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์ (Journal of Social Sciences Innovations) มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเวทีทางวิชาการสำหรับการเผยแพร่องค์ความรู้ งานวิจัย และบทความวิชาการที่มุ่งเน้น “นวัตกรรม” ในมิติของสังคมศาสตร์ ทั้งในเชิงแนวคิด ทฤษฎี วิจัย นโยบาย และการประยุกต์ใช้ในบริบทสังคมร่วมสมัย โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. นวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) การพัฒนานวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม ความเหลื่อมล้ำ คุณภาพชีวิต ความยั่งยืนของชุมชน และการพัฒนาสังคมอย่างมีส่วนร่วม

2. การเมือง การปกครอง และนโยบายสาธารณะเชิงนวัตกรรม (Politics, Governance, and Innovative Public Policy) การเมืองการปกครองร่วมสมัย การกระจายอำนาจ การบริหารภาครัฐแนวใหม่ นโยบายสาธารณะ นโยบายเชิงนวัตกรรม และธรรมาภิบาล

3. การบริหารรัฐกิจและการจัดการภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม (Public Administration and Management of Public, Private, and Civil Society Sectors) การบริหารองค์กรภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management / New Public Service) และการบริหารเชิงเครือข่าย

4. เศรษฐกิจ สังคม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Economy, Society, and Sustainable Development) เศรษฐกิจชุมชน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เศรษฐกิจดิจิทัล เศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาที่ยั่งยืนในมิติสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

5. การศึกษา นวัตกรรมการเรียนรู้ และการพัฒนาทุนมนุษย์ (Education, Learning Innovation, and Human Capital Development) นโยบายการศึกษา การบริหารการศึกษา นวัตกรรมการเรียนรู้ การพัฒนาครู ผู้บริหาร และการเรียนรู้ตลอดชีวิต

6. กฎหมาย สังคม และความยุติธรรม (Law, Society, and Justice) กฎหมายกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สิทธิมนุษยชน ความยุติธรรมทางสังคม กฎหมายกับเทคโนโลยี และการคุ้มครองสิทธิในสังคมร่วมสมัย

7. วัฒนธรรม อัตลักษณ์ และสังคมร่วมสมัย (Culture, Identity, and Contemporary Society) การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ทางสังคม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม สื่อ วาทกรรม และสังคมดิจิทัล

8. เทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และสังคมศาสตร์ (Digital Technology, Artificial Intelligence, and Social Sciences) ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลและ AI ต่อสังคม การเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา กฎหมาย และพฤติกรรมมนุษย์

9. การวิจัยเชิงสหวิทยาการด้านสังคมศาสตร์ (Interdisciplinary Research in Social Sciences) งานวิจัยที่บูรณาการศาสตร์ด้านสังคมศาสตร์กับศาสตร์อื่น เช่น มนุษยศาสตร์ นิติศาสตร์ การศึกษา บริหารธุรกิจ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม

10. บทความวิชาการ บทความวิจัย และบทความปริทัศน์เชิงนวัตกรรม (Academic Articles, Research Articles, and Innovative Review Articles) ครอบคลุมบทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article) บทความปริทัศน์ (Review Article) และบทความวิเคราะห์เชิงนโยบายหรือเชิงแนวคิดที่มีคุณค่าทางวิชาการและสังคม

บทความที่ได้รับการพิจารณาให้ตีพิมพ์เผยแพร่ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตีพิมพ์บทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลงานที่ส่งมาจะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้เขียนบทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) เพื่อตีพิมพ์ในวารสารอย่างเคร่งครัด รวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสาร

ทัศนะและข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความวารสาร ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น มิใช่ความคิดของคณะผู้จัดทำ และไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ ทั้งนี้กองบรรณาธิการไม่สงวนลิขสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ให้อ้างอิงแสดงที่มา

กำหนดออกวารสารปีละ 6 ฉบับ เป็นราย 2 เดือน

ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - กุมภาพันธ์

ฉบับที่ 2 เดือน มีนาคม - เมษายน

ฉบับที่ 3 เดือน พฤษภาคม - มิถุนายน

ฉบับที่ 4 เดือน กรกฎาคม - สิงหาคม

ฉบับที่ 5 เดือน กันยายน - ตุลาคม

ฉบับที่ 6 เดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม

เจ้าของ

สถาบันส่งเสริมและพัฒนาวิชาการดีออกเตอร์เกซ เลขที่ 1 หมู่ที่ 12 ตำบลเหล่าต่างคำ

อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดหนองคาย 43120 โทร 061-0186156, 042-650099

Email: socialscienceinnovation.12@gmail.com

Facebook: <https://www.facebook.com/photo/?fbid=683892851318394&set=a.683893031318376>

Website: <https://iadp-institute.org/index.html>

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ดำเนิน

สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย

E-mail: Somchai.dam@mcu.ac.th

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษฎา ผาทอง

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ความเชี่ยวชาญ: รัฐศาสตร์และการเมืองการปกครอง, การบริหารรัฐกิจและการจัดการภาครัฐ, กฎหมาย สังคม และกระบวนการยุติธรรม, นวัตกรรมสังคมและการพัฒนาชุมชน, การศึกษา และการพัฒนาภาวะผู้นำ, การวิจัยทางสังคมศาสตร์และสหวิทยาการ, การพัฒนาองค์ความรู้ และการจัดการวารสารวิชาการ

E-mail: ketsada.iadp@gmail.com

กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการส่วนนวัตกรรมทางสังคม

รองศาสตราจารย์ ดร.คิต วรुณดี

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ความเชี่ยวชาญ: การจัดการเชิงนวัตกรรม, การพัฒนากลยุทธ์องค์กร, การจัดการแบบมีส่วนร่วม, การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการ, การจัดการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

E-mail: dr.kidvarundee@gmail.com

บรรณาธิการส่วนการเมือง การปกครอง และนโยบายสาธารณะเชิงนวัตกรรม

รองศาสตราจารย์ ดร.วินิจ ผาเจริญ

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ความเชี่ยวชาญ: รัฐศาสตร์และการเมืองการปกครอง, นโยบายสาธารณะและการบริหารรัฐกิจ, การปกครองท้องถิ่นและการพัฒนาพื้นที่, ประชาธิปไตย การมีส่วนร่วม และภาคประชาสังคม, การวิจัยทางสังคมศาสตร์และการวิเคราะห์เชิงนโยบาย, จริยธรรมทางการเมืองและความรับผิดชอบสาธารณะ

E-mail: winit.phacharuen@gmail.com

บรรณาธิการส่วนการบริหารรัฐกิจและการจัดการภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ พิพัฒน์เอกสกุล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ความเชี่ยวชาญ: การบริหารรัฐกิจและการจัดการภาครัฐ, การจัดการภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม, นโยบายสาธารณะและการพัฒนาองค์กร, การปกครองท้องถิ่นและการพัฒนาพื้นที่, การจัดการทรัพยากรมนุษย์และภาวะผู้นำองค์กร, การวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์ และสหวิทยาการ

E-mail: sompong.ke@rmutsb.ac.th

บรรณาธิการส่วนเศรษฐกิจ สังคม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญจิรา วิจิตรวัชรารักษ์

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

ความเชี่ยวชาญ: เศรษฐกิจและการพัฒนาอย่างยั่งยืน, เศรษฐกิจสังคมและความเป็นธรรมทางสังคม, การพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น, นโยบายสาธารณะด้านเศรษฐกิจและสังคม, การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และสังคมแห่งการเรียนรู้, การวิจัยเชิงสหวิทยาการด้านเศรษฐกิจและสังคม

E-mail: kanjira9@gmail.com

บรรณาธิการส่วนการศึกษา นวัตกรรมการเรียนรู้ และการพัฒนาทุนมนุษย์

ผศ. ดร.เชวงศักดิ์ พฤกษ์เทเวศ

วิทยาลัยพิษณุพนธ์

ความเชี่ยวชาญ: การสร้างนวัตกรรมการบริหาร, การใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการศึกษา, การบริหารแบบมีส่วนร่วม, การบริหารจัดการด้วยข้อมูล, การพัฒนาคุณภาพและความยั่งยืน

E-mail: chawengsak@gmail.com

บรรณาธิการส่วนกฎหมาย สังคม และความยุติธรรม

ดร.เด่นคุณ ธรรมนิตยชัยุต

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ความเชี่ยวชาญ: กฎหมายกับสังคม, กระบวนการยุติธรรมและความยุติธรรมทางสังคม, กฎหมายมหาชนและสิทธิมนุษยชน, กฎหมายอาญาและอาชญาวิทยาเชิงสังคม, กฎหมายเทคโนโลยี และสังคมดิจิทัล, นโยบายกฎหมายและการปฏิรูปกระบวนการยุติธรรม, การวิจัยทางนิติศาสตร์และสหวิทยาการ

E-mail: denkhun.thummanitchayuth@gmail.com

บรรณาธิการส่วนวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และสังคมร่วมสมัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูมิภควัธจ์ ภูมิพงศ์คชศร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ความเชี่ยวชาญ: วัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม, อัตลักษณ์ทางสังคมและความหลากหลายทางวัฒนธรรม, สื่อ วาทกรรม และการสื่อสารในสังคมร่วมสมัย, สังคมดิจิทัลและวัฒนธรรมออนไลน์, วัฒนธรรม ท้องถิ่น และการพัฒนาชุมชน, สังคมร่วมสมัยกับประเด็นทางสังคมใหม่, การวิจัยทางวัฒนธรรมศึกษาและสหวิทยาการ

E-mail: eitsthailand64@gmail.com

บรรณาธิการส่วนเทคโนโลยีดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ และสังคมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ไพศาล วรคำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ความเชี่ยวชาญ: เทคโนโลยีดิจิทัลกับสังคมศาสตร์, ปัญญาประดิษฐ์ (AI) กับสังคมและนโยบายสาธารณะ, สังคมดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม, การวิเคราะห์ข้อมูลและการวิจัยเชิงดิจิทัลด้านสังคมศาสตร์, นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน, จริยธรรม กฎหมาย และธรรมาภิบาลด้านเทคโนโลยีและ AI, การวิจัยเชิงสหวิทยาการด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและสังคมศาสตร์

E-mail: w.paisarn@gmail.com

บรรณาธิการส่วนการวิจัยเชิงสหวิทยาการด้านสังคมศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ความเชี่ยวชาญ: การวิจัยเชิงสหวิทยาการด้านสังคมศาสตร์, ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์, การวิจัยเชิงนโยบายและการพัฒนาพื้นที่, การวิจัยเชิงประยุกต์และนวัตกรรมทางสังคม, การวิเคราะห์เชิงวิพากษ์และการบูรณาการองค์ความรู้, จริยธรรมการวิจัยและมาตรฐานวิชาการ, การพัฒนาและบริหารจัดการงานวิจัย

E-mail: zumsa_17@hotmail.com

บรรณาธิการส่วนบทความวิชาการ บทความวิจัย และบทความปริทัศน์เชิงนวัตกรรม

รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยะธิดา ปัญญา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ความเชี่ยวชาญ: การพัฒนาบทความวิชาการและบทความวิจัย, บทความปริทัศน์และการสังเคราะห์องค์ความรู้เชิงนวัตกรรม, มาตรฐานการประเมินและกระบวนการพิจารณาบทความ, ระเบียบวิธีวิจัยและการนำเสนอผลการวิจัย, จริยธรรมการวิจัยและการป้องกันการคัดลอกผลงาน, นวัตกรรมการสื่อสารทางวิชาการและการเผยแพร่ความรู้, การบริหารจัดการวารสารและการพัฒนาคุณภาพสิ่งพิมพ์วิชาการ

E-mail: dr.piyatida@gmail.com

ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ

อาจารย์ สุพัตรา สันติรุ่งโรจน์

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

E-mail: supattra.tinn@gmail.com

ฝ่ายประสานงานและจัดการ

วรรณภา นุปผาโสภ

โทร.061-0186156, Line ID: Ketsada11

E-mail: ketsada.iadp@gmail.com

 ฝ่ายกฎหมาย

นายชัยวิทย์ ฤทธิพิชัยวัฒน์

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

 พิสูจน์อักษร

สมศักดิ์ พะปะเสน

โรงเรียนพระเทพบัณฑิตวิทยานุสรณ์ จังหวัดหนองคาย

 ออกแบบปก

นายสุริยาทิศ โพธิ์ประสิทธิ์

นักวิชาการอิสระ

 จัดรูปเล่ม

ศุภมงคล ศรีพิกุล

สถาบันส่งเสริมและพัฒนาวิชาการด็อกเตอร์เกษ

 พิมพ์ที่

ศูนย์เรียนรู้การผลิตและจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

ในพระบรมราชูปถัมภ์ เลขที่ 1 หมู่ 20 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง

จังหวัดปทุมธานี 13180 โทรศัพท์ 0 2529 0574 7, 0 2909 1633 www.vru.ac.th

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมการศึกษาศาสตร์ เป็นฉบับที่ 3 ประจำปีพุทธศักราช 2567 มีจำนวนบทความทั้งหมด จำนวน 5 เรื่อง เป็นบทความวิจัย จำนวน 2 เรื่อง บทความวิชาการ จำนวน 3 เรื่อง วารสารกำลังพัฒนาปรับปรุงรูปแบบและประเด็นหลักเพื่อเป็นไปตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพวารสารในฐานข้อมูล TCI เพื่อรองรับการประเมินจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index-TCI) และเพื่อให้คุณภาพของบทความเป็นไปตามเงื่อนไข และกติกาสากล จึงเปิดโอกาสให้นักวิชาการ นักวิจัยและนักศึกษาระดับทุกระดับ ได้เผยแพร่บทความทางวิชาการ บทความวิจัย บทความปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือ ซึ่งกองบรรณาธิการได้ดำเนินการตามกระบวนการเชิงหลักการเผยแพร่บทความตามเกณฑ์สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาทุกประการ

กองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมการศึกษาศาสตร์ ขอขอบคุณผู้สนับสนุนบทความท่านสมาชิกและท่านผู้อ่านที่ให้ความสนใจและไว้วางใจวารสารของเราเป็นอย่างดีและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความที่ได้เลือกสรรมาตีพิมพ์มีประโยชน์ต่อผู้อ่านทุกท่านบรรณาธิการขอขอบพระคุณท่านผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ให้ความกรุณาอ่านและแนะนำการปรับแก้บทความวิจัยให้มีคุณภาพทางวิชาการยิ่งขึ้น

สุดท้ายนี้กองบรรณาธิการหวังอย่างยิ่งว่าเนื้อหาในวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านบ้างตามสมควร หากผู้อ่านจะมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงวารสารนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น กองบรรณาธิการขอน้อมรับไว้ด้วยความยินดียิ่ง

บรรณาธิการ

สารบัญ

บรรณาธิการ	(ก)
บทบรรณาธิการ	(ข)
สารบัญ	(ช)
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา	1-14
TOURIST BEHAVIOR AND SATISFACTION OF THAI MILLENNIAL TOURISTS TO THE TOURISM IN SONGKHLA PROVINCE	
กมลชนก ขุนพระบาท, นุรุลฮูฎา ล่องสว่าง และ ศเวตฉัตร นาคะชาติ	
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	15-32
FOREIGN TOURIST BEHAVIOR AND MARKETING MIX FACTORS AFFECTING THE CHOICE OF BUFFET RESTAURANTS IN HAT YAI, SONGKHLA	
อนุวัตร ลัสดี, นูรฮาซิม ยะโก๊ะ และ ศุภวรรณ ตันตสุทธิกุล	
พหุวัฒนธรรมในสังคมโลกาภิวัตน์: การอยู่ร่วมกันในความแตกต่าง	33-40
MULTICULTURALISM IN A GLOBALIZED SOCIETY: COEXISTING IN DIVERSITY	
สุวัฒน์พงษ์ ร่มศรี	
อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อพฤติกรรมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่	41-48
THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON THE BEHAVIOR AND ATTITUDES OF THE YOUNGER GENERATION	
พระครูสุตสารบัณฑิต (จำนงค์ ผมไผ่)	
การเคลื่อนย้ายประชากร: ผลกระทบต่อโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจ	49-57
POPULATION MOBILITY: IMPACTS ON SOCIAL AND ECONOMIC STRUCTURES	
สุทธินันท์ สุวรรณวิจิตร	
คำแนะนำสำหรับผู้เขียน	58-82

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม มิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา*

TOURIST BEHAVIOR AND SATISFACTION OF THAI MILLENNIAL TOURISTS TO THE TOURISM IN SONGKHLA PROVINCE

กมลชนก ขุนพระบาท¹, นูรุลฮูดา ล่องสว่าง² และ เสวตฉัตร นาคะชาต³

Kamonchanok Khunprabaht¹, Nurunhuda Lungsawang² and Sawettachat Nakachat³

¹⁻³มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

¹⁻³Rajamangala University of Technology Srivijaya, Thailand

Corresponding Author's Email: Kamonchanok54510@gmail.com

วันที่รับบทความ : 20 พฤษภาคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ 20 มิถุนายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ : 27 มิถุนายน 2567

Received 20 May 2024; Revised 20 June 2024; Accepted 27 June 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา และ 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา คำนวณเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลาย วัตถุประสงค์คือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ผู้ร่วมตัดสินใจซื้อคือสมาชิกใน

Citation:



* กมลชนก ขุนพระบาท, นูรุลฮูดา ล่องสว่าง และ เสวตฉัตร นาคะชาต. (2567). เน็ตไอดอลกับกลวิธีการนำเสนอสินค้าประเภทเครื่องสำอางผ่าน TikTok. วารสารนวัตกรรมการสังคมศาสตร์, 1(3), 1-14.

Kamonchanok Khunprabaht, Nurunhuda Lungsawang and Sawettachat Nakachat. (2024). Tourist Behavior and Satisfaction of Thai Millennial Tourists to the Tourism In Songkhla Province. Journal of Social Sciences Innovations, 1(3), 1-14.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jssi.2024.11>

<https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi>

ครอบครัว เดินทางมาวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ติดต่อซื้อโดยตรงกับแหล่งท่องเที่ยว 2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยวระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D.=0.74) รองลงมาคือกิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$, S.D.=0.76) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.41$, S.D.=0.83) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.30$, S.D.=0.43) และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.25$, S.D.=0.22) ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, นักท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล

Abstract

This research aims to study 1) the travel behavior of Thai Millennial tourists towards tourism in Songkhla Province. and 2) satisfaction of Thai Millennial tourists with tourism in Songkhla province. It is a quantitative research ; simple random sampling was used 385 people. A questionnaire was used as a tool to collect data. Data were analyzed using descriptive statistics by calculated as percentage, mean ($\bar{X}$) and standard deviation (S.D.).

The results of the research found that: 1) The behavior of Thai Millennial tourists towards tourism in Songkhla Province: Most of them traveled with their families. Because there are many beautiful and diverse natural tourist attractions, the purpose is to relax, people involved in purchasing decisions are family members, traveling on holiday Saturday-Sunday, have a passion for natural tourist attractions, contact to purchase directly with tourist attractions. 2) The satisfaction of Thai Millennial tourists with tourism in Songkhla Province found that the tourists had the highest level of satisfaction with tourist attractions ($\bar{X} = 4.55$, S.D.=0.74), followed by tourism and recreational activities at a high level ($\bar{X} = 4.47$, S.D.=0.76), Having accommodations to accommodate tourists ($\bar{X} = 4.41$, S.D.=0.83), Total miscellaneous services provided to tourists

($\bar{X}$ = 4.30, S.D.=0.43) and accessibility to tourist attractions ($\bar{X}$ = 4.25, S.D.=0.22) respectively.

Keywords: Tourist Behavior, Satisfaction, Millennial Tourists, Tourist

บทนำ

ภาคการท่องเที่ยวนับเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจไทย ในปี 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้สะสมจากการท่องเที่ยว ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศขยายตัวจากปีที่ผ่านมา โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ขยายตัวร้อยละ 154.40 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ขยายตัวร้อยละ 22.59 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ส่งผลให้รายได้จากภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) จากการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ สำหรับการฟื้นฟูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลให้ความสำคัญและใช้จ่ายกับประสบการณ์มากกว่าการซื้อสินค้าที่จับต้องได้ ผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียลตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567)

จากข้อมูลการจัดลำดับ (Ranking) จากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ได้มีการจัดลำดับ 10 ลำดับจังหวัดภาคใต้ที่มีผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยมากที่สุด ปี 2566 พบว่า จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวภาคใต้มากที่สุดเป็นลำดับ 1 คือ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 4,599,013 คน รองลงมาอันดับ 2 คือ นครศรีธรรมราช จำนวน 3,974,291 คน รองลงมาอันดับที่ 3 คือ ภูเก็ต จำนวน 2,924,034 คน รองลงมาลำดับที่ 4 คือ สงขลา จำนวน 2,591,867 คน และรองลงมาอันดับที่ 5 จังหวัดกระบี่ จำนวน 2,102,059 คน (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567)

จากการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลให้ความสนใจพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล ได้แก่ หมู่บ้าน OTOP นวัตกรรมบ้านเลียบ อำเภอสตึงพระ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเตยปาหนัน อำเภอบางกล่ำ การท่องเที่ยวนอกเส้นทาง ได้แก่ ลีวงศ์ อำเภอจะนะ เขาคูหา อำเภอรัตนภูมิ ควนทรนฮิลล์ อำเภอนาทวี ทับปาลา อำเภอเมืองสงขลา และแก่งलोंงบาไทย อำเภอสะบ้าย้อย

ส่วนในการเลือกพักผ่อนแบบทางเลือกในจังหวัดสงขลา ได้แก่ นอนที่บ้านริมทะเล หาด สะกอม อำเภอเทพา นอนเดินที่กระโจมที่แคมป์ภูทักฟ้า อำเภอรัตภูมิ และที่พักสไตล์เดย์ท์ โดยสามารถดูหมอกและดวงอาทิตย์ตกที่คานหลาว อำเภอหาดใหญ่

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม มิลเลนเนียลที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เพื่อให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม

1. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2559) ได้อธิบายองค์ประกอบของการท่องเที่ยว สามารถแบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคม สนามบิน ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น ทั้งทางเครื่องบิน รถยนต์และเรือ ที่จะอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ เป็นต้น 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นประเด็นหลักที่ทำให้คนออกมาเดินทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นสถานที่ทางธรรมชาติที่มีจุดเด่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities) ได้แก่ การเดินป่า การล่องแก่งในแม่น้ำ การป็นหน้าผาจำลอง การดำน้ำ รวมไปถึงการได้ทำกิจกรรมกับคนในชุมชน

ท้องถิ่น เช่น การดำเนินา และ 5) บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิ เช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาลไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้าขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

จากการทบทวนเอกสารองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities) และบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) ผู้วิจัยคำนึงและใช้หลักการองค์ประกอบของการท่องเที่ยวนี้เพื่อใช้ในการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2567) ได้กล่าวว่า กลุ่มมิลเลนเนียล (Millennials) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523 – 2543 มีอายุ 24 - 44 ปี ซึ่งมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการท่องเที่ยว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดังนี้ 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบวางแผนเส้นทางการเดินทางด้วยตนเองและเดินทางโดยอิสระมากกว่าที่จะอาศัยคำแนะนำจากตัวแทนท่องเที่ยวหรือเข้าร่วมทัวร์แพ็คเกจหรือการเดินทางแบบกลุ่ม 2) การท่องเที่ยวนอกเส้นทาง (Off-the-beaten-track Tourism) นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะหลีกเลี่ยงจุดหมายปลายทางที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหนาแน่น แต่จะเน้นไปเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งมีคนน้อย เพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง 3) การเลือกพักผ่อนแบบทางเลือก (Alternative Accommodation) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เลือกที่พักรูปแบบที่พักประเภทใดก็ตามที่ไม่ใช่โรงแรมแบบดั้งเดิม อาทิ บ้านพักตากอากาศ โฮสเทล เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ โดยจะเน้นที่พักที่มีพื้นที่และความเป็นส่วนตัวมากขึ้น สามารถเข้าถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นรวมถึงมีโอกาสเชื่อมต่อกับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ และ 4) ใช้ดิจิทัลเต็มรูปแบบ (Fully Digital Tourism) นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลออกแบบการเดินทางทั้งหมดผ่านระบบดิจิทัลและมีมือถือ

จากการทบทวนเอกสารพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล ทำให้ผู้วิจัยทราบแนวโน้มของพฤติกรรมกลุ่มนักท่องเที่ยวมิลเลนเนียลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดย

ผู้วิจัยใช้แนวคิดนี้ในการจำแนกสถานที่ท่องเที่ยว และรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อผู้วิจัยใช้ในการเก็บข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2557) ได้กล่าวว่าการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยใช้ทฤษฎี 6W1H มีรายละเอียดดังนี้ 1) ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) คือ ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมการบริโภค 2) ลูกค้าซื้ออะไร (What does the customer buy?) คือ สิ่งที่ถูกความต้องการซื้อ (Objectives) ได้แก่ สินค้าและบริการ คุณสมบัติและองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ 3) ทำไมลูกค้าต้องซื้อ (Why does the customer buy?) คือ วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยเฉพาะ บุคคล 4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who Participate in the buying?) คือ บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพลผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้ 5) ลูกค้าซื้อเมื่อใด (When does the customer buy?) คือ โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่วงฤดูกาลของปีท่องเที่ยว เทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง 6) ลูกค้าซื้อที่ไหน (Where does the customer buy?) คือ แหล่งหรือสถานที่จำหน่าย (Outlet) เช่น สำนักงานตัวแทน จำหน่าย และ 7) ลูกค้าซื้ออย่างไร (How does the customer know?) คือ ขั้นตอน (Operations) ในการตัดสินใจซื้อ การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกหลังการซื้อ

จากการทบทวนเอกสารหลักการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยใช้ทฤษฎี 6W1H ข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเป็นการตั้งคำถามเพื่อให้ผู้วิเคราะห์ได้ทราบประเภท ลักษณะของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมากขึ้น ผู้วิจัยจึงใช้หลักเกณฑ์นี้ในการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เพื่อให้ทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ก่อนการตัดสินใจเดินทางมากเที่ยว จนถึงหลังเดินทางท่องเที่ยวแล้ว

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) พื้นที่วิจัยคือแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ประชากร คือนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยไม่ทราบขนาดของประชากรจึงใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ (Cochran, 1953 อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ และกมลพรรณ ไกยวรรณ, 2562) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลจำนวน 385 คน และใช้วิธีจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในแหล่งท่องเที่ยวทุกอำเภอในจังหวัดสงขลา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลในการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยใช้ทฤษฎี 6W1H (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2557) ส่วนที่ 2 ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา โดยใช้ทฤษฎี 5A's (พยอม ธรรมบุตร, 2559) และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ โดยได้กำหนดระดับความคิดเห็นที่มีต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าของครอนบาช (Cronbach) เท่ากับ 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 รวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามในช่วงเดือนพฤษภาคม 2567 – เดือนกรกฎาคม 2567 นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีช่วงอายุ 24 - 28 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว 10,000 - 15,000 บาท ศาสนาพุทธ ภูมิลำเนาภาคใต้ เดินทางมากับครอบครัว ยานพาหนะที่ใช้รถยนต์ส่วนตัว

1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา พบว่า ส่วนใหญ่เลือกเดินทางแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในจังหวัดสงขลา จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 45.19 แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไปคือหาดม่วงงาม ร้านอาหารที่นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ร้านอาหารที่นิยมคือร้านมหัศจรรย์เกาะยอ ที่พักที่นิยมคือสบายดีริมคลองบาไหย เหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เพราะจังหวัดสงขลามีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลาย วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวในคือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ผู้ร่วมตัดสินใจซื้อคือสมาชิกในครอบครัว เดินทางมาวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ติดต่อโดยตรงกับแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานประกอบการ ค้นหาข้อมูลจาก Social Media เช่น Tiktok Facebook Instragram นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในระดับมาก

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา

รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
- การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	4.25	0.79	มาก
- การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation)	4.41	0.83	มาก
- แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)	4.55	0.74	มากที่สุด
- กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities)	4.47	0.76	มาก
- บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary)	4.30	0.87	มาก
รวม	4.40	0.80	มาก

จากผลการศึกษาภาพรวมในตารางที่ 1 สามารถแสดงผลการศึกษาในประเด็นย่อยได้ดังนี้

2.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

ตาราง 2 ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
- สภาพถนนทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก/เข้าถึงง่าย	4.45	0.63	มาก
- มีป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเพียงพอ	4.15	0.72	มาก
- มีบริการรถสาธารณะไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก	3.94	1.12	มาก
- มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงอยู่ในระยะไม่ไกล	4.49	0.87	มาก
- การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4.25	0.63	มาก
รวม	4.25	0.79	มาก

2.2 การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation)

ตาราง 2 ความพึงพอใจด้านการมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation)

รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
- มีที่พักใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว	4.54	0.80	มากที่สุด
- มีที่พักแรมให้เลือกหลากหลาย	4.38	0.81	มาก
- ที่พักมีราคาที่เหมาะสม	4.22	1.72	มาก
- สามารถเข้าถึงที่พักได้ง่าย	4.24	0.68	มาก
- มีการแจ้งถึงข้อมูลข่าวสารที่พักหลากหลายช่องทาง	4.28	0.61	มาก
- ที่พักมีความสะอาด	4.62	0.58	มากที่สุด
- ที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ	4.58	0.63	มากที่สุด
รวม	4.41	0.83	มาก

2.3 แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

ตาราง 3 ความพึงพอใจด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
- แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.71	0.56	มากที่สุด
- แหล่งท่องเที่ยวมีความสะอาด	4.64	0.57	มากที่สุด
- แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4.34	1.57	มาก
- ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมให้เลือกทำที่หลากหลาย	4.22	0.65	มาก
- แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี	4.68	0.54	มากที่สุด
- แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่ตื่นตาพักผ่อน	4.71	0.52	มากที่สุด
รวม	4.55	0.74	มากที่สุด

2.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities)

ตาราง 4 ความพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities and Recreational Activities)

รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
- การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4.36	0.57	มาก
- ลักษณะหรือวิธีการการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	4.28	0.59	มาก
- การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้/ควบคุมอย่างเพียงพอ	4.19	1.60	มาก
- ท่านได้รับความรู้/ประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดี	4.37	0.62	มาก
- กิจกรรมทางการท่องเที่ยวตรงกับความคาดหวัง	4.42	0.59	มาก
- กิจกรรมทางการท่องเที่ยวทำให้เกิดความผ่อนคลาย สนุกสนาน และเพลิดเพลิน	4.62	0.61	มากที่สุด
รวม	4.47	0.76	มาก

2.5 บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary)

ตาราง 5 ความพึงพอใจด้านบริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary)

รายละเอียด	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
- มีร้านอาหารรองรับนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	4.45	0.77	มาก
- มีสถานีบริการน้ำมันให้บริการเพียงพอ	4.23	0.77	มาก
- มีร้านขายของฝากอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.09	1.71	มาก
- มีห้องสุขาบริการที่สะอาดและเพียงพอ	4.23	0.64	มาก
- บริเวณใกล้เคียงมีสถานพยาบาลเพียงพอ	4.22	0.77	มาก
- มีบริการที่พักแรมใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวและเพียงพอ	4.30	0.71	มาก
- มีป้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม	4.56	0.74	มากที่สุด
รวม	4.30	0.87	มาก

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีช่วงอายุ 24 - 28 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว 10,000 - 15,000 บาท ศาสนาพุทธ มีภูมิลำเนาจากภาคใต้ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเดินทางมากับครอบครัว เหตุผลส่วนใหญ่ที่เลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาเพราะจังหวัดสงขลา มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลาย ผู้ร่วมตัดสินใจซื้อคือสมาชิกในครอบครัว สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ติดต่อโดยตรงกับแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานประกอบการ ผลงานวิจัยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของภคมน หงส์คู่ (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลา ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเข้ามาท่องเที่ยว ย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีช่วงอายุ 21 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว 10,001 - 20,000 บาท ศาสนาพุทธ ภูมิลำเนาภาคใต้ เดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 2-5 คน รู้จักสถานที่เมืองเก่าจังหวัดสงขลาจากช่องทางสื่อออนไลน์

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ระดับความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดคือแหล่งท่องเที่ยว การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นระดับมาก บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นระดับมาก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นมีความคิดเห็นระดับมาก ตามลำดับ ผลงานวิจัยจะสอดคล้องกับผลงานวิจัยของทักษญา เปรมชุตีวัต (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสงขลามากที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว โดยเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่องของความสวยงามมากที่สุด ส่วนระดับความพึงพอใจที่รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องจำนวนร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีอย่าง และโดยในภาพรวมความพึงพอใจด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลต่อการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและการแนะนำต่อบุคคลอื่นมากที่สุด

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงการไปสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ และได้ลงมือทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ชื่นชอบในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงตามรอยโซเซียลมีเดียต่าง ๆ คำนึงถึงความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวไม่ไกลเกินไป เดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีที่พักที่เข้าถึงง่ายและไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งชื่นชอบในการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านป้ายสื่อความหมายต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มมิลเลนเนียลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา นั้นได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ในหลายมิติ เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมการเดินทางและสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในการเยือนจังหวัดสงขลา ในส่วนข้อเสนอแนะ ประกอบด้วย 1. ข้อเสนอแนะ

เชิงนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมการจัดทำ QR Codeแหล่งท่องเที่ยวที่ปัก ร้านอาหารต่าง ๆ ที่มีอยู่ในจังหวัดสงขลาจังหวัดสงขลาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงมากขึ้น 2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ประกอบด้วย 1) ควรออกแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้โดดเด่นมากขึ้นให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล 2) ควรมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว มีการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายทางวัฒนธรรมและธรรมชาติหาจุดเด่นของจังหวัดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว 3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล

เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). แนวโน้มของกลุ่มลักษณะของนักท่องเที่ยวในปี 2567 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยไตรมาส. กรุงเทพฯ: กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา.

_____. (2567, 2 กุมภาพันธ์). สถานการณ์การท่องเที่ยวปี 2556P. เรียกใช้เมื่อ 12 พฤษภาคม 2567 จาก <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=920099806563705&id=1000569108100056910823638&set=a.704981034742251>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). *What's Next for Millennial Travellers*. เรียกใช้เมื่อ 12 พฤษภาคม 2567 จาก <https://tatreviewmagazine.com/article/whats-next-for-millennial-travellers/>

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2557). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พยอม ธรรมบุตร. (2559). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนการเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ยุทธ ไกยวรรณ และกมลพรรณ ไกยวรรณ. (2562). *ระเบียบวิธีวิจัยทางการโรงแรมและการท่องเที่ยว*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัศวิน แสงพิกุล. (2562). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม*. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่

จังหวัดสงขลา*

FOREIGN TOURIST BEHAVIOR AND MARKETING MIX FACTORS AFFECTING THE CHOICE OF BUFFET RESTAURANTS IN HAT YAI, SONGKHLA

อนุวัตร สัสดี¹, นูรฮาซิกิม ยะโก๊ะ² และ ศุภวรรณ ตันตสุทธิกุล³

Anuwat Sadsadee¹, Nurhasikim Yakoh² and Supawan Tantasuttikul³

¹⁻³มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

¹⁻³Rajamangala University of Technology Srivijaya, Thailand

Corresponding Author's Email: nurhasikim.y@rmutsvmail.com

วันที่รับบทความ : 13 พฤษภาคม 2567; วันแก้ไขบทความ 21 มิถุนายน 2567; วันตอบรับบทความ : 23 มิถุนายน 2567

Received 13 May 2024; Revised 2 June 2024; Accepted 23 June 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ วิจัยเชิงปริมาณนี้ โดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และ f-test

Citation:



* อนุวัตร สัสดี, นูรฮาซิกิม ยะโก๊ะ และ ศุภวรรณ ตันตสุทธิกุล. (2567). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์, 1(3), 15-32.

Anuwat Sadsadee, Nurhasikim Yakoh and Supawan Tantasuttikul. (2024). Foreign Tourist Behavior and Marketing Mix Factors Affecting the Choice of Buffet Restaurants in Hat Yai, Songkhla. Journal of Social Sciences Innovations, 1(3), 15-32.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jssi.2024.12>

<https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi>

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท นิยมเลือกบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่าง แบบแพ็คเกจราคาประหยัด (199 - 399 บาท) เหตุผลที่เลือกใช้บริการคือรสชาติอาหารอร่อย ผู้มีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจคือครอบครัว มักใช้บริการในโอกาสทั่วไป โดยเฉพาะมือเย็น ร้านที่นิยมได้แก่ ร้านคลองแหบุฟเฟต์ทะเลเผา ค้นหาข้อมูลหรือรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เลือกชำระค่าบริการเป็นเงินสด จะกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างแน่นอนและมีการบอกต่อ 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.60) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ เพศสถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ อายุ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ปัจจัยที่มีผล, การตัดสินใจเลือกใช้บริการ, ร้านอาหารบุฟเฟต์

Abstract

This research aimed to study 1) the behavior of foreign tourists in choosing buffet restaurants in Hat Yai District, and 2) the marketing mix factors (7P's) that affect the decision to choose buffet restaurants of foreign tourists in Hat Yai District, Songkhla Province. This is a quantitative study that uses to gather information from 400 international visitors via a questionnaire. Frequency, percentage, mean, and standard deviation (S.D.) were used to assess the data, and the T- and F-tests were used to evaluate the hypothesis.

The research results found that: 1) The behavior of foreign tourists in choosing to use buffet restaurants in Hat Yai was found that most of them were

male, aged 20–30 years, married, had a bachelor's degree, worked as general laborers, and had an average monthly income of 15,001–20,000 baht. They liked to choose the grilled buffet type in a budget package (199–399 baht). The main reasons for choosing a restaurant are the taste of the food. People involved the decision are family. They usually use the service on general occasions, especially dinner. Popular restaurants include Klonghae Grilled Seafood Buffet. They search for information or receive news via social media. They choose to pay for services in cash. They will definitely come back to use the service again and tell others. 2) Factors affecting the decision to use buffet restaurants of foreign tourists found that the product factor had the highest impact on the decision to use the service ($\bar{x} = 4.36$, S.D. = 0.60). The results of the hypothesis testing found that the demographic characteristics of foreign tourists, namely gender, marital status, occupation, and average monthly income, which were different, had a statistically significant effect on the decision to choose to use a buffet restaurant at the 0.05 level. And age different levels of education, did not have a statistically significant effect on the decision to choose to use a buffet restaurant in Hat Yai District, Songkhla Province, at the 0.05 level.

Keywords: Tourist behavior, Affecting factors, Service selection decision, Buffet restaurant

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นหนึ่งในจุดเด่นของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงด้านอาหารเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก อาหารนับเป็นปัจจัยสำคัญของการประกอบการในการท่องเที่ยว โดยผลสำรวจจะพบว่านักท่องเที่ยวกว่า 53% เลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากอาหารและเครื่องดื่ม ถือเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญ (ยูนิลีเวอร์ ฟู้ด โซลูชันส์, 2566) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการกินอาหารบุฟเฟต์คือกินได้ไม่อั้นเพราะสามารถจ่ายเงินในราคาเดียวกันกับคนที่กินน้อย ทำให้การกินบุฟเฟต์แพร่กระจายไปไกลทั่วโลกสังเกตได้จากการเปิดร้านอาหารบุฟเฟต์ในประเทศไทย

ตามทั่วท้องตลาด ทำให้เกิดการแข่งขันสูงระหว่างอุตสาหกรรมเดียวกัน (มณีเนตร วรชนะนันท์, 2566)

อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ ซึ่งร้านอาหารบุฟเฟต์ในหาดใหญ่ส่วนมากพบการรื้อฟื้นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ (สุดา ประสมพงศ์, 2562) ร้านอาหารบุฟเฟต์เป็นอาหารยอดนิยมด้วยเอกลักษณ์เฉพาะ ทำให้เป็นตัวเลือกอันดับต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวในยุคนี้ แต่ในมุมผู้ประกอบการบุฟเฟต์ถือเป็นธุรกิจปราบเซียนทำดีก็รุ่งในระยะเวลาที่เร็ว แต่ถ้าบริหารไม่ดีก็มีสิทธิ์ได้รับปัญหาใหญ่ ดังนั้นการบริหารต้นทุน บริหารความพึงพอใจของลูกค้าให้ยินดีกลับมาใช้บริการซ้ำ ฉะนั้นเพื่อเป็นการรักษาลูกค้าผู้ประกอบการจึงต้องพัฒนาและปรับปรุงให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด (เพื่อนแท้ร้านอาหาร, 2564)

ด้วยพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่ประหยัดมากขึ้น ภาพรวมจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2566 พบว่ารายได้ฟื้นตัวเพียง 65% ของระดับก่อนโควิดทำให้มีพฤติกรรมการใช้จ่ายที่ประหยัดเกิดขึ้น สัดส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการเดินทาง พบว่าอาหารการกินอยู่ในระดับ 21% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่มากกว่าค่าอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ยังมีจังหวัดท่องเที่ยวบางส่วนที่ยังฟื้นตัวปานกลาง เช่น สงขลา ยะลา และนราธิวาส จำนวนนักท่องเที่ยวมาโดยชาวมาเลเซียมักจะอยู่แค่ระยะสั้นและมีการใช้จ่ายไม่สูง คาดว่าในปี 2567 ภาคการท่องเที่ยวไทยยังคงฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง (วรัญญา มหาวนา กุล และนภสร ประสงค์ศักดิ์, 2566)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง นำไปวางแผนการตลาดให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ไม่แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

ฉัตยาพร เสมอใจ (2549 อ้างถึงใน บุญยุนช เอื้อศิรินุเคราะห์, 2558) ได้กล่าวถึง การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ไว้ดังนี้ 1) ใครคือตลาดเป้าหมาย (Who is the Target Market?) ในตลาดมีผู้บริโภคมามากมาย หน้าที่สำคัญของการตลาดคือต้องสำรวจว่าใครมีแนวโน้มเป็นกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ของเราได้และมีลักษณะอย่างไร 2) ตลาดซื้ออะไร (What Does the Market Buy?) เพื่อทราบถึงความต้องการของลูกค้าจากผลิตภัณฑ์ 3) ทำไมจึงซื้อ (Why Does the Market Buy?) เป็นการพิจารณาถึงเหตุผลในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและรักษาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เห็นเหตุผลให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ 4) ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who Participates in the Buying?) ในการตัดสินใจซื้ออาจมีบุคคลอื่นเข้ามามีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อจึงอาศัยกลุ่มของผู้ซื้อเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เพื่อนำไปวางแผนการโฆษณาจึงต้องพิจารณาว่ามีกลุ่มอ้างอิงใดเข้าถึงผู้ซื้อบ้าง 5) ซื้อเมื่อใด (When Does the Market Buy?) เป็นการพิจารณาเพื่อทราบถึงโอกาสในการซื้อของลูกค้า เพื่อการวางแผนการผลิตและการส่งเสริมการตลาดในช่วงเวลาที่เหมาะสม เช่น สินค้าที่บริโภคตามฤดูกาล 6) ซื้อที่ไหน (Where Does the Market Buy?) เพื่อทราบถึงสถานที่ที่ลูกค้านิยมหรือสะดวกที่จะไปซื้อเพื่อบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมกับลูกค้า 7) ซื้ออย่างไร (How Does the Market Buy?) เพื่อทราบว่าลูกค้ามีขั้นตอนการซื้ออย่างไร ตั้งแต่การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ สามารถนำข้อมูลไปวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้าได้มากที่สุด ส่วนการทราบถึงความรู้สึกของ

ลูกค้าภายหลังการซื้อจะช่วยให้ทราบถึงแนวทางในการปรับปรุงสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองได้ดีขึ้น

คอตเลอร์ (1997 อ้างถึงใน กมลทิพย์ ชิวชานนา, 2560) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ไว้ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่น่าเสนอขายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการบริโภคผลิตภัณฑ์นั้นจำเป็นต้องมีสรรพประโยชน์ และคุณค่า 2) ด้านราคา (Price) คือ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับสินค้าของกิจการ และเพื่อให้ได้ผลประโยชน์อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไปมากที่สุด 3) ด้านสถานที่ตั้ง (Place) คือ ช่องทางการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้านั้นๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ ซึ่งต้องพิจารณาว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร และควรกระจายสินค้าหรือบริการสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทางใดจึงจะเหมาะสมมากที่สุด 4) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) คือ เครื่องมือการสื่อสารทางการขายเพื่อสร้างแรงจูงใจ ความรู้สึก ความต้องการ และความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการสามารถจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ 5) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) คือ พนักงานรวมถึงตั้งแต่เจ้าของกิจการผู้บริหารทุกระดับที่เกี่ยวข้อง พนักงานทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น ในการบริการเพื่อปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรีต่อลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้าหรือบริการขององค์กรเป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นและมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งร้าน รูปแบบของการจัดจานอาหาร การแต่งกายของพนักงาน การพูดจาต่อลูกค้า การบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น 7) ด้านกระบวนการ (Process) คือ การบริการที่นำเสนอให้กับลูกค้าเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วโดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายรูปแบบ และวิธีการดำเนินงานขององค์กรต้องมีความเชื่อมโยงและประสานกันจะทำให้กระบวนการโดยรวมมีประสิทธิภาพ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเลือกทฤษฎีนี้ในการทำวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ของร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สามารถนำผลการวิจัยมาปรับใช้วางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย และพัฒนาธุรกิจให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรัญญา ลีลาวดี (2560) งานวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่ถนนสีลม มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคอาหารบุฟเฟต์ที่ถนนสีลม เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ที่ถนนสีลม เพื่อศึกษาการรับประทานอาหารแบบบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่ถนนสีลม ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟต์น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เหตุผลที่เลือกทานอาหารบุฟเฟต์เพื่อพบปะสังสรรค์ จำนวนเงินที่จ่ายราคาต่อคนในแต่ละครั้ง 301 - 400 บาท โดยบุคคลที่ร่วมรับประทานอาหารคือเพื่อน ทั้งนี้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่ถนนสีลมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

ธัญญธิชา รักชาติ (2559) งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในศูนย์การค้าอยุธยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในศูนย์การค้าอยุธยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในศูนย์การค้าอยุธยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า 1) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท และระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีร้านอาหารญี่ปุ่นที่เคยใช้บริการคือ ซาบูชิ มีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน วันที่มักจะไปใช้บริการคือ วันเสาร์-วันอาทิตย์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 13.0-16.00 น. ระยะเวลาที่ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น 1-2 ชั่วโมง บุคคลที่ไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้วยกันคือ เพื่อน จำนวนบุคคลที่ไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้วยกัน 2-4 คน ค่าใช้จ่ายในการ

ใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นต่อคนต่อครั้ง 500-1,000 บาท และสื่อที่ทำให้รู้จักร้านอาหารญี่ปุ่น คือ โทรทัศน์ และมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้า อยูทธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และค่านิยมทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น แตกต่างกัน 3) ผู้บริโภคที่มีบุคคลที่ไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้วยกัน จำนวนบุคคลที่ไปใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นด้วยกัน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นต่อครั้ง และสื่อที่ทำให้รู้จักร้านอาหารญี่ปุ่น ต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่น แตกต่างกัน

ธนพล อมรกิจจา (2564) งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการร้านอาหารปิ้งย่างมีความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างถูกต้อง และสามารถปรับเปลี่ยนและปรับปรุงสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตและอยู่รอดในตลาดอย่างมั่นคง ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือวิเคราะห์เชิงปริมาณควบคู่ไปกับเครื่องมือวิเคราะห์เชิงอนุมานของตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ด้านราคา ($Sig.=0.011$), ด้านการส่งเสริมการตลาด ($Sig.=0.042$), ด้านคุณภาพการบริการ ($Sig.=000$), และด้านการแนะนำปากต่อปาก ($Sig.=000$) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยยะสำคัญตามลำดับ ในขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์ ($Sig.=0.449$) และด้านการจัดจำหน่าย ($Sig.=0.732$) กลับไม่มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการตามที่มีการตั้งสมมุติฐานไว้ ทั้งนี้สาเหตุที่ทำให้ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการจัดจำหน่ายไม่มีน้ำหนักในการตัดสินใจของผู้บริโภคอาจเป็นเพราะรูปแบบของผลิตภัณฑ์ในตลาดมีความคล้ายคลึงกันและบริการจัดส่งถึงบ้านเริ่มเป็นที่แพร่หลาย ทำให้ความสำคัญของทั้ง 2 ปัจจัยลดลง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ปี 2566 จำนวน 292,549 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา, 2567)

กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบทราบดีประชากร โดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ ซึ่งจากการคำนวณเท่ากับ 399.45 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยมีการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นข้อคำถามแบบเลือกกรายการ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นข้อคำถามแบบเลือกกรายการ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ เป็นการเลือกตอบแบบ Rating Scale ตามแนวของ Likert Scale โดยกำหนดระดับประมาณค่าเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะได้

โดยนำแบบสอบถามทำการตรวจสอบความความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งฉบับมากกว่า 0.5 ขึ้นไป จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้จำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปแก้ไข ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ Google Form ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบคำตอบแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลตามสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลส่วนที่ 1 และ 2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลส่วนที่ 3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ข้อมูลส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเป็นการแจกแจงความถี่ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การใช้สถิติทดสอบการแจกแจงแบบที (t-test) และหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test)

ผลการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 56) มีอายุ 20-30 ปี (ร้อยละ 49.25) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 58.75) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 52.50) อาชีพรับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 32.75) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 43.50) เลือกใช้บริการประเภทปิ้งย่าง (ร้อยละ 28.07) แพคเกจราคาประหยัด 199 - 399 บาท (ร้อยละ 54.50) เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการเพราะรสชาติอาหารอร่อย (ร้อยละ 25.10) ผู้ที่มีส่วนร่วมหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่วนใหญ่เป็นครอบครัว (ร้อยละ 30.17) เลือกใช้บริการในโอกาสทั่วไป (ร้อยละ 49.24) สำหรับช่วงเวลามื้อเย็น (ร้อยละ 58) นิยมใช้บริการร้านคลองแห่ บุฟเฟต์ ทะเลเผา (ร้อยละ 16.95) ค้นหาข้อมูลหรือรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 61) วิธีการชำระเงินเป็นเงินสด (ร้อยละ 53.71) จะกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างแน่นอน (ร้อยละ 100) และมีการบอกต่อ (ร้อยละ 100)

2. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.36	0.60	มาก
ด้านราคา	3.90	0.89	มาก
ด้านสถานที่ตั้ง	3.78	0.97	มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย	3.67	1.11	มาก
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.31	0.59	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.98	0.76	มาก
ด้านกระบวนการ	4.35	0.56	มาก
รวมเฉลี่ย	4.07	0.83	มาก

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย พบว่า

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาที่แตกต่างกัน

T - test		ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่ตั้ง	ด้านการส่งเสริมการขาย	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
เพศ								
ชาย	t-test	.895	-.698	1.371	2.463	1.075	1.098	-.663
หญิง		.892	-.700	1.368	2.480	1.078	1.084	-.664
ชาย	Sig	.372	.486	.171	.014*	.283	.273	.508
หญิง		.373	.484	.172	.014*	.282	.279	.507

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาที่ต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศต่างกันมีระดับความคิดเห็นในการส่งเสริมการขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.05

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาที่ต่างกัน และ ไม่แตกต่างกัน ในภาพรวม 7 ด้าน

F - test		ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้าน ราคา	ด้าน สถานที่ตั้ง	ด้านการ ส่งเสริม การขาย	ด้าน พนักงาน ผู้ ให้บริการ	ด้าน ลักษณะ ทาง กายภาพ	ด้าน กระบวนการ
อายุ	F	1.978	1.666	1.998	.422	1.801	.066	1.370
	Sig	.140	.190	.137	.656	.166	.937	.255
สถาน ภาพสมรส	F	1.396	2.723	3.125	.127	1.659	.080	1.071
	Sig	.243	.044*	.026*	.944	.175	.971	.361
ระดับการ ศึกษา	F	1.503	1.612	.521	.940	1.296	1.169	1.06
	Sig	.213	.186	.668	.421	.275	.321	.956
อาชีพ	F	1.442	1.635	3.492	.754	1.624	2.461	.590
	Sig	.197	.136	.002*	.607	.139	.024*	.738
รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	F	.851	4.530	.871	1.836	2.860	1.295	1.650
	Sig	.514	.000*	.500	.105	.015*	.265	.146

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต่างกัน พบว่า

1) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในด้านราคา และด้านสถานที่ตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

4) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในด้านสถานที่ตั้ง และด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในด้านสถานที่ตั้ง และด้านพนักงานผู้ให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และสมมติฐานการวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่แตกต่างกัน และไม่แตกต่างกัน

2. ผลจากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท เลือกใช้บริการประเภทปิ้งย่าง แพ็คเคจราคาประหยัด (199 - 399 บาท) เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการเพราะรสชาติอาหารอร่อย ผู้ที่มี

ส่วนร่วมต่อการตัดสินใจส่วนใหญ่เป็นครอบครัว เลือกใช้บริการในโอกาสทั่วไป โดยเฉพาะมื้อเย็น นิยมใช้บริการร้านคลองแห บุฟเฟต์ ทะเลเผา ค้นหาข้อมูลหรือรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ วิธีการชำระเงินเป็นเงินสด จะกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างแน่นอน และมีการบอกต่อ ผลจากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ เพศสถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ อายุ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

3. ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบทราบประชากร ใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ ซึ่งจากการคำนวณผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง นำแบบสอบถามทำการตรวจสอบความความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ Google Form ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลตามสถิติ คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และ f-test

4. ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ไม่สอดคล้องกับบรรณานุกรม (2560) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีความแตกต่างกันทำให้พฤติกรรมมีผลต่อการตัดสินใจที่ไม่เหมือนกัน โดยมีการศึกษาวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่ถนนสีลม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความถี่ในการรับประทานอาหารบุฟเฟต์น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน เหตุผลที่ใช้บริการบุฟเฟต์เพื่อพบปะสังสรรค์ จำนวนเงินที่จ่ายต่อคนในแต่ละครั้ง 301 - 400 บาท โดยผู้ที่ร่วมรับประทานอาหารคือเพื่อน ผลจาก

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทบุฟเฟต์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สอดคล้องกับธัญญธิชา รักชาติ (2559) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก และการทดสอบสมมติฐาน แตกต่างกับธนพล อมรกิจจา (2564) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านคุณภาพการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

องค์ความรู้ใหม่

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลานั้นสามารถแบ่งออกเป็นหลายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยสามารถอธิบายองค์ความรู้ใหม่ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
 - การค้นหาข้อมูล: นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์รีวิว ร้านอาหารในแอปพลิเคชัน หรือการถามข้อมูลจากเพื่อนที่เคยมาเยือน
 - ความสะดวกในการเข้าถึง: นักท่องเที่ยวมักเลือกที่จะไปยังร้านอาหารที่มีการเดินทางสะดวก และอยู่ในทำเลที่เข้าถึงง่าย เช่น อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว หรือห้างสรรพสินค้า
 - ความต้องการของนักท่องเที่ยว: ความหลากหลายของเมนูที่มีให้เลือก และความพร้อมของอาหารที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น อาหารท้องถิ่นหรืออาหารนานาชาติ
 - ราคา: นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับราคาอาหารที่เหมาะสมกับคุณภาพ โดยมักจะเปรียบเทียบราคาและคุณภาพก่อนการตัดสินใจ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

การตลาด 4P (Product, Price, Place, Promotion) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์:

- Product (ผลิตภัณฑ์): เมนูอาหารในร้านบุฟเฟต์ต้องมีความหลากหลาย และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นอาหารท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจ หรืออาหารนานาชาติที่คุ้นเคย
- Price (ราคา): ราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพอาหารและบริการ ราคาที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดท้องถิ่น และมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับจำนวนอาหารที่ได้รับ
- Place (สถานที่): ทำเลของร้านอาหารมีความสำคัญมาก ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เข้าถึงง่าย เช่น ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลัก ห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งชุมชนจะได้รับความนิยมมากขึ้น
- Promotion (การส่งเสริมการขาย): การใช้โปรโมชั่น เช่น ส่วนลดพิเศษหรือโปรแกรมสะสมแต้ม หรือการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดียและแหล่งข้อมูลออนไลน์จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มาที่ร้านอาหาร

3. แผนภาพการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ

- ค้นหาข้อมูล (ออนไลน์) → ตัดสินใจเลือกอาหาร (ความหลากหลาย/ความคุ้มค่า) → ราคา/โปรโมชั่น → ทำเลร้าน → ความสะดวกในการเดินทาง
- รายละเอียดดังแผนภาพที่ 1

[ข้อมูลออนไลน์]

|

[ตัดสินใจเลือกอาหาร] <--(ความหลากหลาย/ความคุ้มค่า)--> [ราคา/โปรโมชั่น]

|

[ทำเลร้าน] <--(สะดวกในการเดินทาง)--> [บริการ]

|

[เลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์]

ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

กล่าวโดยสรุป นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลามักเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ที่มีเมนูหลากหลายและราคาเหมาะสม ซึ่งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเข้าถึง การใช้ช่องทางการตลาดเช่น การโฆษณาผ่านออนไลน์ การนำเสนอโปรโมชั่นที่ดึงดูด และการเสนอเมนูที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจะมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในพื้นที่นี้

สรุป/ข้อเสนอแนะ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง รายได้ 15,001 – 20,000 บาท นิยมอาหารปิ้งย่างราคาประหยัด เหตุผลหลักคือรสชาติอร่อย มักมากับครอบครัวในโอกาสทั่วไปช่วงมื่อเย็น นิยมใช้บริการร้านคลอแบฟเฟ่ต์ทะเลเผา ค้นหาผ่านสื่อออนไลน์ ชำระด้วยเงินสด และมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำและมีการบอกต่อ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ผลกระทบ กระบวนการ พนักงานผู้ให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ ราคา สถานที่ตั้ง และการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ สมมติฐานของการวิจัยพบว่า เพศ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่อายุและระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ สามารถนำผลวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านต่าง ๆ มาปรับใช้ในการวางแผนและส่งเสริมการขายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด โดยการวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการของร้านอาหารบุฟเฟต์ในเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ผลการวิจัยในเชิงลึกที่ทำให้เห็นถึงข้อมูลที่มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ ชิวชานา. (2560). การศึกษาถึงอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix 7P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารครัววาสนาซีฟู้ดของผู้บริโภค. ใน *การค้นคว้าอิสระ*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนพล อมรกิจจา. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารปิ้งย่างในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การค้นคว้าอิสระ*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

- ธัญญิชา รักษาติ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ใน *การค้นคว้าอิสระ*. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- บุญยณูช เอื้อศิรินุเคราะห์. (2558). พฤติกรรมการซื้อและความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การค้นคว้าอิสระ*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพื่อนแท้อ้านอาหาร. (2564). ทำร้าน “ชาบูบุฟเฟต์” เรื่อง “ต้นทุน” อย่าใช้ความรู้สึก “คิดไปเอง”. เรียกใช้เมื่อ 4 มกราคม 2567 จาก <https://www.xn--o3cdbr1ab9cle2ccb9c8gta3ivab.com/buffet-food-cost/>
- มนิเนตร วรชนะนันท์. (5 สิงหาคม 2566). วัฒนธรรมบุฟเฟต์หลากหลายชาติ ตั้งแต่สแกนดิเนเวีย คาสิโนในลาสเวกัส จนถึงร้านหมูกระทะไทย. เรียกใช้เมื่อ 4 มกราคม 2567 จาก <https://capitalread.co/bon-appetit-buffet/>
- ยูนิลีเวอร์ ฟู้ด โซลูชันส์. (2566). เทรนด์อาหารกำลังมาแรงปี 2022: อาหารเชิงท่องเที่ยว. เรียกใช้เมื่อ 4 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.unileverfoodsolutions.co.th/th/chef-inspiration/trendwatch/gastronomy-tourism.html>
- วรัญญา มหาวนากุล และนภสร ประสงค์ศักดิ์. (9 พฤศจิกายน 2566). การท่องเที่ยวฟื้นตัวอย่างไรในเชิงพื้นที่. เรียกใช้เมื่อ 4 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.bot.or.th/th/research-andpublications/chaengsibia/article-2023jun13.html>
- วรัญญา ลีลาวดี. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคที่ถนนสีลม. มหาวิทยาลัยสยาม. <https://e-research.siam/2017-IS-Marketing-Mix-affecting-to-buffet.pdf>
- สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา. (29 กุมภาพันธ์ 2567). สถานการณ์การท่องเที่ยว จังหวัดสงขลา. เรียกใช้เมื่อ 4 ธันวาคม 2566 จาก https://songkhla.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id
- สุดา ประสมพงศ์. (2562). การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ของประชากรในเขตจังหวัดสงขลา. ใน *รายงานวิจัย*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พหุวัฒนธรรมในสังคมโลกาภิวัตน์: การอยู่ร่วมกันในความแตกต่าง*

MULTICULTURALISM IN A GLOBALIZED SOCIETY: COEXISTING IN DIVERSITY

สุวัฒน์พงษ์ ร่มศรี

Suwattanapong Romsri

สำนักงานศึกษาธิการจังหวัดมหาสารคาม

Maharakham Provincial Education Office, Thailand

Corresponding author E-mail: somortom@gmail.com

วันที่รับบทความ : 1 พฤษภาคม 2567; วันแก้ไขบทความ 31 พฤษภาคม 2567; วันตอบรับบทความ : 2 มิถุนายน 2567

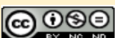
Received 1 May 2024; Revised 31 May 2024; Accepted 2 June 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพหุวัฒนธรรมในบริบทของสังคมโลกาภิวัตน์ โดยเน้นความสำคัญของการอยู่ร่วมกันในความแตกต่างทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ ศาสนา และวิถีชีวิต โลกาภิวัตน์ส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมที่เพิ่มความหลากหลายและเชื่อมโยงคนทั่วโลก แต่ขณะเดียวกันก็สร้างความท้าทาย เช่น การปะทะกันของค่านิยมและความไม่สมดุลของอิทธิพลทางวัฒนธรรม บทความนี้ได้เสนอแนวทางการจัดการความหลากหลายผ่านการส่งเสริมสิทธิและความเท่าเทียม การศึกษาเพื่อสร้างความเข้าใจ การสนทนาเชิงสร้างสรรค์ และการเรียนรู้จากตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในประเทศต่างๆ เช่น แคนาดา สิงคโปร์ และสวิตเซอร์แลนด์ การบูรณาการแนวคิดเหล่านี้ช่วยสร้างสังคมที่สงบสุขและยั่งยืนในบริบทของโลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

คำสำคัญ: พหุวัฒนธรรม, โลกาภิวัตน์, ความหลากหลาย, การอยู่ร่วมกัน, การศึกษา

Citation:



* สุวัฒน์พงษ์ ร่มศรี. (2567). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์, 1(3), 33-40.

Suwattanapong Romsri. (2024). Multiculturalism in a Globalized Society: Coexisting in Diversity. Journal of Social Sciences Innovations, 1(3), 33-40.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jssi.2024.13>

<https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi>

Abstract

This article aims to explore the concept of multiculturalism within the context of globalization, emphasizing the importance of coexistence amidst cultural, ethnic, religious, and lifestyle diversity. Globalization facilitates cultural exchanges, enhancing diversity and connecting people worldwide, but it also presents challenges such as value conflicts and imbalances in cultural influence. The article proposes strategies for managing diversity through promoting equality and rights, education for mutual understanding, constructive dialogue, and learning from successful examples in countries like Canada, Singapore, and Switzerland. Integrating these approaches fosters a peaceful and sustainable society in an ever-changing global landscape.

Keyword: Multiculturalism, Globalization, Diversity, Coexistence, Education

บทนำ

พหุวัฒนธรรม (Multiculturalism) หมายถึง การอยู่ร่วมกันในสังคมของกลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันในด้านชาติพันธุ์ ศาสนา ภาษา หรือวิถีชีวิตที่หลากหลายแต่ยังสามารถดำเนินชีวิตร่วมกันในสังคมเดียวกันได้ โดยที่การยอมรับและเคารพความแตกต่างเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างสังคมที่สงบสุขและเป็นธรรม (Kymlicka, 1995) ซึ่งพหุวัฒนธรรมมีความสำคัญทั้งในด้านการส่งเสริมความเข้าใจระหว่างชนชาติ การส่งเสริมความหลากหลาย และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มคนที่มีความแตกต่าง (Parekh, 2000) ดังนั้น พหุวัฒนธรรมจึงเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสังคมในยุคที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในสังคมที่มีการเคลื่อนย้ายของประชากรจากหลายประเทศมาอยู่ร่วมกัน

โลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นกระบวนการที่ทำให้โลกกลายเป็นพื้นที่ที่เชื่อมโยงกันมากขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ซึ่งได้ผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนและการติดต่อระหว่างประเทศมากขึ้น ภายใต้กระบวนการนี้ วัฒนธรรมต่างๆ ได้ถูกแลกเปลี่ยนและกระจายไปทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการแพร่กระจายของเทคโนโลยี การเดินทางของบุคคล หรือแม้แต่การส่งออกวัฒนธรรมจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง (Robertson, 1992) ผลกระทบของโลกาภิวัตน์นั้นสามารถเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของความ

หลากหลายทางวัฒนธรรมในสังคมทั่วโลก ซึ่งทำให้เกิดโอกาสและความท้าทายใหม่ๆ ในการจัดการความแตกต่างของกลุ่มคนที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Held & McGrew, 2007)

ในขณะที่โลกาภิวัตน์ได้ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของพหุวัฒนธรรมและความหลากหลายทางสังคมในระดับโลกแล้ว คำถามที่สำคัญที่ตามมาคือ "เราจะสามารถอยู่ร่วมกันในความแตกต่างได้อย่างไรในสังคมโลกาภิวัตน์?" คำถามนี้สะท้อนถึงปัญหาทางสังคมและการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและการผสมผสานระหว่างกลุ่มคนที่มีความแตกต่างในหลายด้าน เช่น ชาติพันธุ์ ศาสนา และวัฒนธรรม ซึ่งการอยู่ร่วมกันในความแตกต่างนี้สามารถทำได้ผ่านการส่งเสริมความเข้าใจซึ่งกันและกัน การให้สิทธิเท่าเทียมในสังคม และการสร้างช่องทางสำหรับการแสดงออกของความหลากหลายทางวัฒนธรรมในพื้นที่สาธารณะ (Taylor, 1992)

พื้นฐานของพหุวัฒนธรรม

พหุวัฒนธรรม (Multiculturalism) หมายถึง การอยู่ร่วมกันของกลุ่มคนที่มีความแตกต่างทางชาติพันธุ์ ศาสนา ภาษา หรือวิถีชีวิตในสังคมเดียวกัน การยอมรับและเคารพความแตกต่างเหล่านี้ถือเป็นหัวใจสำคัญของพหุวัฒนธรรม ซึ่งเป็นหลักการที่มุ่งสร้างสังคมที่ยุติธรรมและสงบสุข (Parekh, 2000) แนวคิดพหุวัฒนธรรมมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมในสังคม พร้อมกับการสร้างโอกาสให้ทุกกลุ่มสามารถแสดงออกทางวัฒนธรรมได้อย่างเสรีภายใต้กรอบของความเคารพซึ่งกันและกัน การยอมรับในความแตกต่างไม่เพียงแต่ช่วยลดการแบ่งแยกทางสังคม แต่ยังสร้างความเข้าใจและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีความหลากหลายและยั่งยืน

บทบาทของวัฒนธรรมในสังคม

วัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการสร้างตัวตนและการแสดงออกในสังคม วัฒนธรรมไม่เพียงแต่เป็นการแสดงถึงความแตกต่างในวิถีชีวิต การเชื่อมโยงกับค่านิยมและความเชื่อที่กลุ่มคนต่างๆ ยึดถือ แต่ยังเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างและเสริมสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลและกลุ่มในสังคม (Taylor, 1992) วัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นเครื่องมือที่ช่วยกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคม โดยการแสดงออกทางวัฒนธรรมผ่านการพูด การประพฤติ หรือแม้กระทั่งการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ สามารถบ่งบอกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคมหนึ่งๆ ได้

ดังนั้น วัฒนธรรมจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเข้าใจและการเชื่อมโยงระหว่างสมาชิกในสังคมที่หลากหลาย

ลักษณะของการอยู่ร่วมกัน

การอยู่ร่วมกันในสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมต้องอาศัยการยอมรับและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนที่มีความแตกต่าง โดยมีหลักการที่สำคัญคือการเคารพและยอมรับในความแตกต่าง ซึ่งการอยู่ร่วมกันในความแตกต่างนี้ไม่ได้หมายถึงการลบหลู่หรือทำให้วัฒนธรรมใดๆ หายไป แต่เป็นการให้โอกาสในการแสดงออกทางวัฒนธรรมและสร้างพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่สามารถนำไปสู่ความเข้าใจและความร่วมมือ (Kymlicka, 1995) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนที่มีความแตกต่างสามารถทำได้ผ่านการส่งเสริมการศึกษาและการสนทนา การเปิดกว้างในการรับฟังความคิดเห็นและการสร้างสภาพแวดล้อมที่มีความเคารพในความหลากหลาย

กล่าวโดยสรุป พหุวัฒนธรรมเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมในสังคม โดยการส่งเสริมความเคารพซึ่งกันและกันและการอยู่ร่วมกันในความแตกต่างอย่างสันติ วัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการสร้างตัวตนและการแสดงออกในสังคม และการอยู่ร่วมกันในสังคมที่หลากหลายต้องการความร่วมมือจากทุกฝ่ายในการสร้างพื้นที่ที่เคารพและยอมรับความแตกต่างทางวัฒนธรรม เพื่อให้สามารถสร้างสังคมที่ยุติธรรมและสงบสุขได้

โลกาภิวัตน์กับพหุวัฒนธรรม

โลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นกระบวนการที่ทำให้โลกมีความเชื่อมโยงกันทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อพหุวัฒนธรรมในหลายมิติ หนึ่งในผลกระทบที่สำคัญคือการเผยแพร่วัฒนธรรมจากทั่วโลกผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ การเดินทาง และการค้าโลก วัฒนธรรมที่เคยจำกัดอยู่ในพื้นที่หนึ่งสามารถแพร่กระจายไปยังพื้นที่อื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว เช่น อาหาร ภาษา แฟชั่น และวิถีชีวิต ส่งผลให้เกิดการปรับตัวของกลุ่มคนในสังคมให้เข้ากับค่านิยมใหม่ๆ (Robertson, 1992) อย่างไรก็ตาม การแพร่กระจายของวัฒนธรรมยังสามารถนำไปสู่ความกลมกลืนทางวัฒนธรรมที่อาจลดทอนความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมดั้งเดิม

การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและความหลากหลาย

โลกาภิวัตน์เปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มคนและประเทศต่างๆ โดยการติดต่อกันผ่านการเดินทาง การศึกษา และการค้า วัฒนธรรมใหม่ที่เข้าสู่สังคมช่วยเพิ่มความหลากหลายและสร้างโอกาสในการเรียนรู้จากกันและกัน ตัวอย่างเช่น การเปิดรับดนตรี ศิลปะ และอาหารจากต่างประเทศ ที่ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับซึ่งกันและกันในสังคม (Appadurai, 1996) การแลกเปลี่ยนเหล่านี้ยังช่วยสร้างสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมในระดับโลก ซึ่งอาจนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ และการปรับตัวในระดับที่สอดคล้องกับบริบทของท้องถิ่น

ความท้าทายในโลกาภิวัตน์

แม้ว่าโลกาภิวัตน์จะส่งเสริมความหลากหลาย แต่กระบวนการนี้ยังมาพร้อมกับความท้าทาย เช่น การขัดแย้งทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการปะทะกันระหว่างค่านิยมดั้งเดิมและวัฒนธรรมใหม่ที่เข้ามา ความแตกต่างในค่านิยมอาจทำให้เกิดการแบ่งแยกและความไม่เข้าใจระหว่างกลุ่มคนในสังคม (Held & McGrew, 2007) นอกจากนี้ การครอบงำทางวัฒนธรรมของประเทศมหาอำนาจอาจทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์เล็กๆ ถูกมองข้ามหรือถูกกลืนเลือน การจัดการความหลากหลายจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างสมดุลระหว่างการเปิดรับวัฒนธรรมใหม่และการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มดั้งเดิม

กล่าวโดยสรุป โลกาภิวัตน์ส่งผลให้พหุวัฒนธรรมมีความหลากหลายและเชื่อมโยงกันมากขึ้น โดยการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมช่วยเพิ่มความเข้าใจและการยอมรับในความแตกต่าง อย่างไรก็ตาม ความท้าทายที่มาพร้อมกับกระบวนการนี้คือการขัดแย้งทางวัฒนธรรมและความไม่สมดุลของอิทธิพลทางวัฒนธรรมจากประเทศมหาอำนาจ การจัดการความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการส่งเสริมความร่วมมือและความสมานฉันท์ในสังคมโลกาภิวัตน์

การอยู่ร่วมกันในความแตกต่าง

การอยู่ร่วมกันในความแตกต่างในสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ ศาสนา และวิถีชีวิต จำเป็นต้องใช้แนวทางและกลยุทธ์ที่ช่วยส่งเสริมความสงบสุขและความสามัคคี หนึ่งในวิธีที่สำคัญคือการสร้างพื้นที่ที่ทุกคนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ผ่านการออกแบบนโยบายสาธารณะที่ให้ความเท่าเทียมและยุติธรรม เช่น การมอบสิทธิทางกฎหมายที่เท่าเทียมกัน การส่งเสริมความหลากหลายในการจ้างงาน และการสร้างพื้นที่สาธารณะที่

สนับสนุนการแสดงออกทางวัฒนธรรม (Kymlicka, 1995) การส่งเสริมความหลากหลายนี้ช่วยลดการแบ่งแยกทางสังคมและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มคนที่แตกต่างกัน

ความสำคัญของการศึกษาและการสนทนา

การศึกษามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความเข้าใจและการยอมรับในความแตกต่าง การสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของกลุ่มชาติพันธุ์และศาสนาต่างๆ ช่วยให้บุคคลมีมุมมองที่เปิดกว้างและเคารพต่อความหลากหลาย (Banks, 2015) นอกจากนี้ การสนทนาระหว่างกลุ่มคนต่างวัฒนธรรมในพื้นที่สาธารณะหรือชุมชน ช่วยสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน และลดความขัดแย้ง การสนทนาเหล่านี้ควรดำเนินการในบรรยากาศที่ปลอดภัยและเป็นมิตร เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระและเคารพซึ่งกันและกัน (Parekh, 2000)

กรณีศึกษาของสังคมที่มีพหุวัฒนธรรม

หลายประเทศประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการสังคมที่มีความหลากหลาย เช่น

1. แคนาดา: ประเทศนี้ถือเป็นตัวอย่างของนโยบายพหุวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จ โดยมีการส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมผ่านการยอมรับสิทธิของกลุ่มชนพื้นเมือง การสนับสนุนภาษาและวัฒนธรรมที่หลากหลาย และการจัดกิจกรรมที่สร้างความเข้าใจระหว่างกลุ่มคนต่างเชื้อชาติ (Kymlicka, 1998)

2. สิงคโปร์: ประเทศเล็กที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และศาสนา สิงคโปร์เน้นการสร้างคามสมานฉันท์ผ่านนโยบายที่ส่งเสริมการอยู่ร่วมกัน เช่น การจัดที่อยู่อาศัยในพื้นที่ที่รวมกลุ่มคนจากหลายชาติพันธุ์ และการบังคับใช้กฎหมายที่ป้องกันการเลือกปฏิบัติ (Chua, 2003)

3. สวิตเซอร์แลนด์: ด้วยการมีภาษาทางการถึง 4 ภาษาและความหลากหลายทางวัฒนธรรม สวิตเซอร์แลนด์ประสบความสำเร็จในการสร้างความสงบสุขผ่านระบบประชาธิปไตยแบบรวมศูนย์ที่ให้สิทธิชุมชนในการปกครองตนเองและการตัดสินใจร่วมกัน (Linder, 2010)

กล่าวโดยสรุป การอยู่ร่วมกันในความแตกต่างเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย การสร้างสังคมที่สงบสุขต้องอาศัยการยอมรับและการส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม ผ่านการศึกษา การสนทนา และนโยบายสาธารณะที่ให้ความเท่า

เทียม กรณีศึกษาของแคนาดา สิงคโปร์ และสวิตเซอร์แลนด์ ชี้ให้เห็นว่าการบริหารจัดการความหลากหลายอย่างมีประสิทธิภาพสามารถสร้างความสมานฉันท์ในสังคมได้อย่างยั่งยืน

สรุป

พหุวัฒนธรรมในสังคมโลกาภิวัตน์เป็นแนวคิดสำคัญในยุคปัจจุบันที่โลกเต็มไปด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ ศาสนา ภาษา และวิถีชีวิต การอยู่ร่วมกันในสังคมที่มีความแตกต่างเช่นนี้จำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจและการยอมรับในความหลากหลาย การสร้างพื้นที่ที่ทุกกลุ่มมีสิทธิและโอกาสเท่าเทียมกันในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของตน และการส่งเสริมการศึกษาที่มุ่งเน้นการเรียนรู้เพื่อสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน โลกาภิวัตน์มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงวัฒนธรรมจากทั่วโลกให้เข้ามามีอิทธิพลต่อกัน ช่วยสร้างความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดและวิถีชีวิต แต่ในขณะเดียวกัน โลกาภิวัตน์ก็นำมาซึ่งความท้าทาย เช่น การปะทะกันของค่านิยมระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับวัฒนธรรมใหม่ และความไม่สมดุลของอิทธิพลวัฒนธรรมจากประเทศมหาอำนาจ แนวทางการจัดการความหลากหลายเพื่อสร้างสังคมที่สงบสุขจึงต้องประกอบด้วย การส่งเสริมสิทธิที่เท่าเทียม การศึกษาเพื่อสร้างความเข้าใจ การเปิดพื้นที่สำหรับการสนทนาอย่างเคารพซึ่งกันและกัน และการเรียนรู้จากตัวอย่างของประเทศที่ประสบความสำเร็จในการจัดการความหลากหลาย เช่น แคนาดา สิงคโปร์ และสวิตเซอร์แลนด์ การบูรณาการแนวคิดเหล่านี้สามารถนำไปสู่การสร้างสังคมที่สมานฉันท์และยั่งยืนในยุคโลกาภิวัตน์

เอกสารอ้างอิง

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press.
- Banks, J. A. (2015). *Cultural Diversity and Education: Foundations, Curriculum, and Teaching*. Routledge.
- Chua, B. H. (2003). *Multiculturalism in Singapore: An Instrument of Social Control*. Institute of Southeast Asian Studies.

- Held, D., & McGrew, A. (2007). *Globalization Theory: Approaches and Controversies*. Polity Press.
- Kymlicka, W. (1995). *Multicultural Citizenship: A Liberal Theory of Minority Rights*. Oxford University Press.
- Linder, W. (2010). *Swiss Democracy: Possible Solutions to Conflict in Multicultural Societies*. Palgrave Macmillan.
- Parekh, B. (2000). *Rethinking Multiculturalism: Cultural Diversity and Political Theory*. Harvard University Press.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. Sage.
- Taylor, C. (1992). *Multiculturalism and "The Politics of Recognition"*. Princeton University Press.

อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อพฤติกรรมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่*

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON THE BEHAVIOR AND ATTITUDES OF THE YOUNGER GENERATION

พระครูสุตสารบัณฑิต (จันทน์ ฌมไผ่)

Phrakrusutasarabundit (Jumnong Pompai)

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

Corresponding author E-mail: jumnongkai@gmail.com

วันที่รับบทความ : 9 พฤษภาคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ 2 มิถุนายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ : 15 มิถุนายน 2567

Received 9 May 2024; Revised 2 June 2024; Accepted 15 June 2024

บทคัดย่อ

สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารและการแสดงออกของคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมและทัศนคติในหลายมิติ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่ โดยมีการสำรวจพฤติกรรมการบริโภค การสร้างภาพลักษณ์ในโลกออนไลน์ การตัดสินใจทางสังคม และการมีส่วนร่วมในประเด็นทางการเมืองและสังคม ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์มีทั้งผลกระทบในด้านบวก เช่น การเข้าถึงข้อมูลและการเชื่อมโยงทางสังคม รวมถึงการส่งเสริมความเข้าใจในประเด็นสังคม แต่ก็มีผลกระทบในด้านลบ เช่น ความวิตกกังวลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ส่วนตัวและการได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างมีสติและการควบคุมตัวเองเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบที่ไม่พึงประสงค์

คำสำคัญ: สื่อสังคมออนไลน์, พฤติกรรม, ทัศนคติ, คนรุ่นใหม่, ภาพลักษณ์

Citation:



* พระครูสุตสารบัณฑิต (จันทน์ ฌมไผ่). (2567). อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อพฤติกรรมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่. วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์, 1(3), 41-48.

Phrakrusutasarabundit (Jumnong Pompai). (2024). The Influence of Social Media on the Behavior and Attitudes of the Younger Generation. Journal of Social Sciences Innovations, 1(3), 41-48.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jssi.2024.14>

<https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi>

Abstract

Social media has become an essential tool for communication and self-expression for the younger generation, significantly influencing their behavior and attitudes across various dimensions. This study focuses on analyzing the impact of social media on the behavioral and attitudinal changes of the youth, exploring areas such as consumption behavior, self-image creation, social decision-making, and engagement in political and social issues. The findings indicate that social media has both positive effects, such as facilitating access to information and social connection, and promoting awareness on societal issues, as well as negative impacts, such as anxiety over personal image and exposure to misinformation. Mindful usage and self-regulation of social media are crucial to avoid the adverse effects.

Keyword: Social Media, Behavior, Attitude, Youth, Self-image

บทนำ

ในยุคดิจิทัลปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้กลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและวัยทำงานตอนต้น ซึ่งมีการใช้งานแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram, Twitter, และ TikTok เพื่อสื่อสาร รับข้อมูล ข่าวสาร และสร้างความบันเทิง สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้งานในหลายมิติ เช่น การตัดสินใจซื้อสินค้า การแสดงออกทางความคิด และการสร้างตัวตนทางออนไลน์

การวิจัยก่อนหน้านี้ชี้ให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้คน เช่น การสร้างภาพลักษณ์ของตนเองให้สอดคล้องกับมาตรฐานสังคม (Tiggemann & Slater, 2013) และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค (Kaplan & Haenlein, 2010) นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่ส่งผลต่อความคิดทางการเมืองและทัศนคติทางสังคม (Kwak et al., 2010)

อย่างไรก็ตาม การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในลักษณะที่ไม่เหมาะสม เช่น การเสพติด หรือการได้รับข้อมูลที่บิดเบือน อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของคนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความสำคัญและควรได้รับการศึกษาอย่างลึกซึ้ง การศึกษาปัญหาเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อเข้าใจผลกระทบเชิงลึกที่มีต่อพฤติกรรมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่ รวมถึงเสนอแนะแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์และมีความรับผิดชอบ

อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้กลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสาร การแสดงความคิดเห็น การศึกษา และการบริโภคข้อมูล (Kaplan & Haenlein, 2010) สื่อสังคมออนไลน์มีความสามารถในการเชื่อมโยงผู้คนจากหลากหลายภูมิภาคเข้าด้วยกัน แต่ขณะเดียวกันยังสามารถส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้งานในหลากหลายมิติ เช่น การบริโภคสินค้า (Solomon, 2021) ความกังวลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตนเอง (Tiggemann & Slater, 2013) และการรับรู้ข่าวสาร (พงศกร สุทธิอาภา, 2564)

อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมการตลาดและการสร้างแบรนด์ โดยการใช้ผู้มีอิทธิพล (Influencers) และการโฆษณาแบบเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย (Targeted Ads) ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ (Kaplan & Haenlein, 2010)

1. ผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความมั่นใจในตนเอง

การรับชมเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานความงามอาจทำให้เกิดความไม่พอใจในรูปร่างและลักษณะภายนอกของตนเอง โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและเยาวชน (Tiggemann & Slater, 2013)

2. การเปลี่ยนแปลงวิธีการรับรู้ข่าวสาร

สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถรับรู้ข่าวสารได้รวดเร็วและหลากหลาย แต่ขณะเดียวกันยังมีปัญหาเรื่องข่าวปลอม (Fake News) ที่สามารถส่งผลกระทบต่อการรับรู้และตัดสินใจ (พงศกร สุทธิอาภา, 2564)

สรุปสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้คนในยุคปัจจุบัน ทั้งในด้านบวก เช่น การเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้และการพัฒนาทางสังคม และในด้านลบ เช่น ความกังวลเกี่ยวกับภาพลักษณ์และผลกระทบต่อสุขภาพจิต การตระหนักถึงอิทธิพลดังกล่าวจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์

พฤติกรรมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่

คนรุ่นใหม่ หรือที่มักเรียกว่า Generation Y (Millennials) และ Generation Z (Gen Z) มีลักษณะเฉพาะทางพฤติกรรมและทัศนคติที่แตกต่างจากรุ่นก่อนหน้า เนื่องจากเติบโตขึ้นในยุคที่เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลมีบทบาทสำคัญ คนรุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะแสวงหาความทันสมัย การแสดงออกถึงความเป็นตัวเอง และการเชื่อมโยงกับคนรอบข้างผ่านช่องทางออนไลน์ (Twenge, 2017) ในประเทศไทย คนรุ่นใหม่ยังมีความสนใจในเรื่องการพัฒนาตนเอง และการมีส่วนร่วมในประเด็นสังคมที่สำคัญ เช่น สิ่งแวดล้อม ความเท่าเทียมทางเพศ และการเมือง (ปรัชญา บุญขวัญ, 2563)

พฤติกรรมของคนรุ่นใหม่

1. การใช้เทคโนโลยีเป็นศูนย์กลาง

คนรุ่นใหม่มีการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่การศึกษา การทำงาน ไปจนถึงการพักผ่อน เช่น การใช้แอปพลิเคชันเพื่อความบันเทิงและการสื่อสาร (Prensky, 2001)

2. ความสำคัญของความยืดหยุ่นและการแสวงหาความสมดุล

พฤติกรรมการทำงานของคนรุ่นใหม่แสดงถึงความต้องการความยืดหยุ่นและการทำงานที่สอดคล้องกับชีวิตส่วนตัว พวกเขาให้ความสำคัญกับองค์กรที่ส่งเสริมคุณค่าด้านความสมดุลระหว่างชีวิตและงาน (Ng, Schweitzer, & Lyons, 2010)

3. การบริโภคอย่างมีจิตยั้ง (Conscious Consumption)

คนรุ่นใหม่มักตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Solomon, 2021) ทัศนคติของคนรุ่นใหม่

4. เปิดกว้างและยอมรับความหลากหลาย

คนรุ่นใหม่มีทัศนคติที่เปิดกว้างและยอมรับความหลากหลายทางเชื้อชาติ เพศ และความเชื่อ ซึ่งเป็นผลจากการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่กว้างขวางผ่านสื่อออนไลน์ (Twenge, 2017)

5. มุ่งเน้นความสำเร็จส่วนบุคคล

คนรุ่นใหม่มีทัศนคติที่มุ่งมั่นต่อการพัฒนาตนเองและการสร้างความสำเร็จในชีวิต โดยมีแนวโน้มที่จะตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนในด้านการศึกษาและอาชีพ (ปรัชญา บุญขวัญ, 2563)

6. การมีส่วนร่วมทางสังคม

พวกเขาแสดงความสนใจและมีส่วนร่วมในประเด็นทางสังคม เช่น การรณรงค์เพื่อความยุติธรรมทางสังคม และการส่งเสริมความยั่งยืน (Ng et al., 2010)

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่สะท้อนถึงเปลี่ยนแปลงของโลกยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในด้านเทคโนโลยีและความหลากหลายของสังคม การศึกษาและทำความเข้าใจลักษณะเฉพาะของคนรุ่นใหม่มีความสำคัญสำหรับการพัฒนานโยบาย สินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการและคุณค่าของคนรุ่นใหม่

อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อพฤติกรรมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้กลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่เติบโตขึ้นในยุคดิจิทัล โดยมีแพลตฟอร์มเช่น Facebook, Instagram, Twitter และ TikTok ที่เป็นช่องทางหลักสำหรับการสื่อสาร การแสดงออก และการบริโภคข้อมูล (Kaplan & Haenlein, 2010) อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่ เช่น การแสดงความเห็นทางสังคม การตัดสินใจบริโภค และการสร้างตัวตนในโลกออนไลน์ (Twenge, 2017)

ในบริบทของประเทศไทย สื่อสังคมออนไลน์ไม่เพียงแต่เป็นช่องทางสื่อสาร แต่ยังเป็นพื้นที่สำหรับการแสดงออกถึงความคิดเห็นในประเด็นทางสังคม เช่น การเมืองและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทสำคัญของแพลตฟอร์มดังกล่าวในวัฒนธรรมของคนรุ่นใหม่ (พงศกร สุทธิธำภา, 2564)

อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์

1. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค

สื่อสังคมออนไลน์ช่วยกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านการโฆษณาเฉพาะบุคคล (Personalized Ads) และการใช้ผู้มีอิทธิพล (Influencers) ทำให้คนรุ่นใหม่มีแนวโน้มตัดสินใจซื้อสินค้าตามความนิยมในโลกออนไลน์ (Solomon, 2021)

2. ผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความมั่นใจในตนเอง

การเปรียบเทียบตนเองกับบุคคลอื่นในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การดูภาพถ่ายหรือวิดีโอที่สะท้อนชีวิตที่ดีเกินจริง อาจส่งผลต่อความพึงพอใจในตัวเองและก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพจิต เช่น ความวิตกกังวลและภาวะซึมเศร้า (Tiggemann & Slater, 2013)

3. การสร้างและปรับเปลี่ยนทัศนคติทางสังคม

คนรุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการพัฒนาทัศนคติ เช่น การสนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศ การรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม และการแสดงออกทางการเมือง (พงศกร สุทธิอาภา, 2564)

กล่าวโดยสรุปสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่ ทั้งในด้านบวก เช่น การเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายและการสร้างความตระหนักในประเด็นทางสังคม และในด้านลบ เช่น การสร้างภาพลักษณ์ที่เกินจริงและผลกระทบต่อสุขภาพจิต การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์และการเสริมสร้างความเข้าใจในผลกระทบดังกล่าวจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

สรุป

สื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนสำคัญในชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่มีอิทธิพลทั้งในด้านพฤติกรรมและทัศนคติ โดยแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Facebook, Instagram, และ TikTok ไม่เพียงเป็นพื้นที่สำหรับการสื่อสารและความบันเทิง แต่ยังมีบทบาทในการกำหนดวิถีชีวิต ตั้งแต่พฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างภาพลักษณ์ในสังคม ไปจนถึงการมีส่วนร่วมในประเด็นทางสังคมและการเมือง

ในด้านบวก สื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้และการเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกันยังส่งเสริมการเชื่อมโยงทางสังคมและการพัฒนาตนเอง ในทางกลับกัน

การใช้งานที่ขาดการควบคุมอาจนำไปสู่ผลกระทบทางลบ เช่น ความกังวลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ สุขภาพจิต และการรับข้อมูลที่บิดเบือน

การทำความเข้าใจอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อคนรุ่นใหม่จึงมีความสำคัญสำหรับการพัฒนาสังคมในระยะยาว ทั้งในแง่ของการสร้างนโยบาย การส่งเสริมการใช้สื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ และการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลกระทบต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากสื่อสังคมออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

- ปรัชญา บุญขวัญ. (2563). ทศนคติและพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ในยุคดิจิทัล. *วารสารสังคมศาสตร์*, 22(1), 45-62.
- พงศกร สุทธิอาภา. (2564). ผลกระทบของข่าวปลอมต่อทัศนคติทางการเมืองของเยาวชนไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 29(2), 45-60.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? In *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web* (pp. 591-600). ACM.
- Ng, E. S., Schweitzer, L., & Lyons, S. T. (2010). New generation, great expectations: A field study of the Millennial generation. *Journal of Business and Psychology*, 25(2), 281-292.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Solomon, M. R. (2021). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633.

Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633.

Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy—and completely unprepared for adulthood*. Atria Books.

การเคลื่อนย้ายประชากร: ผลกระทบต่อโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจ*

POPULATION MOBILITY: IMPACTS ON SOCIAL AND ECONOMIC STRUCTURES

สุทินันท์ สุวรรณวิจิตร

Suthinan Suwanvijitr

มหาวิทยาลัยปทุมธานี

Pathumthani University, Thailand

Corresponding Author's Email: raungdech122@gmail.com

วันที่รับบทความ : 20 พฤษภาคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ 5 มิถุนายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ : 10 มิถุนายน 2567

Received 20 May 2024; Revised 5 June 2024; Accepted 10 June 2024

บทคัดย่อ

การเคลื่อนย้ายประชากรเป็นกระบวนการที่มีผลกระทบต่อโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจของทั้งประเทศและเมืองที่มีการย้ายถิ่น การศึกษานี้เน้นถึงผลกระทบของการเคลื่อนย้ายประชากรที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในแง่ของการเพิ่มจำนวนแรงงานในภาคอุตสาหกรรมและบริการ ซึ่งสามารถกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ก็ทำให้เกิดปัญหาความแออัด ขาดแคลนที่อยู่อาศัย และความเหลื่อมล้ำทางสังคม ผลกระทบเหล่านี้ต้องการการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้การย้ายถิ่นเป็นไปในทิศทางที่ยั่งยืนและสามารถเสริมสร้างความสมดุลในสังคมและเศรษฐกิจได้

คำสำคัญ: การเคลื่อนย้ายประชากร, ผลกระทบทางสังคม, ผลกระทบทางเศรษฐกิจ, โครงสร้างสังคม, โครงสร้างเศรษฐกิจ

Citation:



* สุทินันท์ สุวรรณวิจิตร. (2567). การเคลื่อนย้ายประชากร: ผลกระทบต่อโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจ. วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์, 1(3), 49-57.

Suthinan Suwanvijitr. (2024). Population Mobility: Impacts on Social and Economic Structures. Journal of Social Sciences Innovations, 1(3), 49-57.;

DOI: <https://doi.org/10.14456/jssi.2024.15>

<https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi>

Abstract

Migration is a process that has significant impacts on the social and economic structures of both the country and the destination cities. This study focuses on the effects of migration on the transformation of social and economic structures, particularly in terms of the increase in labor in industries and services, which can stimulate economic growth. However, it also leads to issues such as overcrowding, housing shortages, and social inequality. These impacts require proper management to ensure that migration moves in a sustainable direction and contributes to the balance of both social and economic development.

Keyword: Migration, Social impacts, Economic impacts, Social structure, Economic structure

บทนำ

การเคลื่อนย้ายประชากรเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในหลายมิติ ทั้งจากชนบทสู่เมือง การย้ายถิ่นฐานภายในประเทศ หรือการย้ายประชากรข้ามชาติ การเคลื่อนย้ายประชากรนี้มีผลกระทบทั้งในด้านโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา เช่น ประเทศไทย ซึ่งมีความชัดเจนในกระแสการย้ายถิ่นที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตร การพัฒนาอุตสาหกรรม และการเติบโตของเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร หรือเมืองชายแดนที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เช่น หาดใหญ่

จากมุมมองทางสังคม การเคลื่อนย้ายประชากรอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในด้านโครงสร้างครัวเรือน สถานะทางเศรษฐกิจ และลักษณะทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระบวนการนี้ (แม้จะมีบางกรณีที่เกิดการรวมกลุ่มในชุมชนที่ใหม่) ซึ่งส่งผลให้เกิดทั้งปัญหาความไม่สมดุลทางสังคมและความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงทรัพยากรที่สำคัญต่างๆ (Sassen, 2018) อีกทั้ง ยังส่งผลต่อการสร้างเครือข่ายทางสังคมใหม่ๆ รวมถึงการพัฒนาทักษะและการเปลี่ยนแปลงของฐานอาชีพ

ด้านเศรษฐกิจ การเคลื่อนย้ายประชากรสามารถกระตุ้นการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นได้ เนื่องจากการเข้าไปของแรงงานใหม่สามารถช่วยเสริมสร้างแรงงานในอุตสาหกรรม

ต่างๆ และนำไปสู่การเจริญเติบโตของตลาดแรงงาน (Sjaastad, 1962) แต่ในขณะเดียวกัน การเคลื่อนย้ายประชากรยังสามารถสร้างความท้าทายทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการขยายตัวของเมืองที่รวดเร็วอาจเกิดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรและบริการพื้นฐานที่ไม่เพียงพอต่อจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น (Harris, 2007)

การศึกษาเรื่องผลกระทบจากการเคลื่อนย้ายประชากรนี้จึงเป็นเรื่องสำคัญในการพัฒนาแนวทางในการบริหารจัดการการเคลื่อนย้ายเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทั้งสังคมและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการพัฒนา นโยบายและมาตรการที่สามารถส่งเสริมการย้ายถิ่นในทิศทางที่สร้างสรรค์และยั่งยืน

การเคลื่อนย้ายประชากร

การเคลื่อนย้ายประชากรเป็นกระบวนการที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในระดับโลก การเคลื่อนย้ายประชากรสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งภายในประเทศ (ภายในประเทศ) หรือข้ามประเทศ (ระหว่างประเทศ) โดยมีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อการย้ายถิ่น เช่น ความต้องการแรงงานในภาคอุตสาหกรรม ความไม่เสมอภาคทางเศรษฐกิจ การแสวงหาโอกาสทางการศึกษา หรือปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ภัยธรรมชาติหรือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเคลื่อนย้ายประชากรนี้มีผลกระทบทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และการพัฒนาที่ยั่งยืน (Dumont et al., 2010) เช่น ในกรณีของประเทศไทยที่มีการเคลื่อนย้ายประชากรจากพื้นที่ชนบทไปยังเมืองใหญ่ ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างสังคม และความไม่สมดุลของการกระจายทรัพยากร

เนื้อหาหลัก

การเคลื่อนย้ายประชากรสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท เช่น การย้ายถิ่นภายในประเทศ การย้ายไปทำงานในต่างประเทศ หรือการย้ายที่อยู่อาศัยในพื้นที่เมืองใหญ่ (Sassen, 2018) การเคลื่อนย้ายภายในประเทศส่วนใหญ่จะเป็นการย้ายจากชนบทไปยังเมืองใหญ่ ซึ่งผู้ย้ายถิ่นมักมุ่งหวังหางานทำที่มีรายได้สูงขึ้นหรือมีโอกาสด้านการศึกษาที่ดีขึ้น การเคลื่อนย้ายเช่นนี้สามารถกระตุ้นการเติบโตของเศรษฐกิจในเมือง แต่ก็อาจก่อให้เกิดปัญหาการขาดแคลนที่อยู่อาศัยหรือบริการสาธารณะในเมือง (Harris, 2007)

ในด้านเศรษฐกิจ การเคลื่อนย้ายประชากรส่งผลกระทบต่อแรงงานในภาคอุตสาหกรรม การเพิ่มขึ้นของแรงงานในเมืองสามารถสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจได้ แต่ในขณะเดียวกันก็อาจส่งผลให้เกิดความท้าทายในการจัดการทรัพยากร (Sjaastad, 1962) ในทางกลับกัน การย้ายถิ่นในประเทศพัฒนาอาจสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่หรือการพัฒนาบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ย้ายถิ่น (แม้บางกรณีจะมีการขาดแคลนงานในบางพื้นที่)

กล่าวโดยสรุป การเคลื่อนย้ายประชากรเป็นกระบวนการที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ในโลกปัจจุบัน โดยมีผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ การย้ายถิ่นภายในประเทศหรือระหว่างประเทศสามารถสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่และเพิ่มการเติบโตของเมือง แต่ในขณะเดียวกันยังต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมเพื่อแก้ไขปัญหาความไม่สมดุลในทรัพยากรและบริการพื้นฐานในพื้นที่ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว การศึกษาและการพัฒนานโยบายเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายประชากรที่ยั่งยืนจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งในสังคมและเศรษฐกิจ (Sassen, 2018)

ผลกระทบต่อโครงสร้างสังคม

การเคลื่อนย้ายประชากรเป็นกระบวนการที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในระดับโลก การเคลื่อนย้ายประชากรสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งภายในประเทศ (ภายในประเทศ) หรือข้ามประเทศ (ระหว่างประเทศ) โดยมีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อการย้ายถิ่น เช่น ความต้องการแรงงานในภาคอุตสาหกรรม ความไม่เสมอภาคทางเศรษฐกิจ การแสวงหาโอกาสทางการศึกษา หรือปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ภัยธรรมชาติหรือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเคลื่อนย้ายประชากรนี้มีผลกระทบทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และการพัฒนาที่ยั่งยืน (Dumont et al., 2010) เช่น ในกรณีของประเทศไทยที่มีการเคลื่อนย้ายประชากรจากพื้นที่ชนบทไปยังเมืองใหญ่ ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างสังคม และความไม่สมดุลของการกระจายทรัพยากร

เนื้อหาหลัก

การเคลื่อนย้ายประชากรสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท เช่น การย้ายถิ่นภายในประเทศ การย้ายไปทำงานในต่างประเทศ หรือการย้ายที่อยู่อาศัยในพื้นที่เมืองใหญ่ (Sassen, 2018) การเคลื่อนย้ายภายในประเทศส่วนใหญ่จะเป็นการย้ายจากชนบทไปยังเมืองใหญ่ ซึ่งผู้ย้ายถิ่นมักมุ่งหวังหางานทำที่มีรายได้สูงขึ้นหรือมีโอกาสทางการศึกษาที่ดีขึ้น การเคลื่อนย้ายเช่นนี้สามารถกระตุ้นการเติบโตของเศรษฐกิจในเมือง แต่ก็อาจก่อให้เกิดปัญหาการขาดแคลนที่อยู่อาศัยหรือบริการสาธารณะในเมือง (Harris, 2007)

ในด้านเศรษฐกิจ การเคลื่อนย้ายประชากรส่งผลกระทบต่อแรงงานในภาคอุตสาหกรรม การเพิ่มขึ้นของแรงงานในเมืองสามารถสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจได้ แต่ในขณะเดียวกันก็อาจส่งผลให้เกิดความท้าทายในการจัดการทรัพยากร (Sjaastad, 1962) ในทางกลับกัน การย้ายถิ่นในประเทศพัฒนาอาจสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่หรือการพัฒนาบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ย้ายถิ่น (แม้บางกรณีจะมีการขาดแคลนงานในบางพื้นที่)

กล่าวโดยสรุปการเคลื่อนย้ายประชากรเป็นกระบวนการที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ในโลกปัจจุบัน โดยมีผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ การย้ายถิ่นภายในประเทศหรือระหว่างประเทศสามารถสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่และเพิ่มการเติบโตของเมือง แต่ในขณะเดียวกันยังต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมเพื่อแก้ไขปัญหาความไม่สมดุลในทรัพยากรและบริการพื้นฐานในพื้นที่ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว การศึกษาและการพัฒนานโยบายเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายประชากรที่ยั่งยืนจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งในสังคมและเศรษฐกิจ (Sassen, 2018)

ผลกระทบต่อโครงสร้างเศรษฐกิจ

การเคลื่อนย้ายประชากรมีผลกระทบโดยตรงต่อโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศและเมืองที่มีการย้ายถิ่น โดยเฉพาะในเมืองใหญ่และแหล่งอุตสาหกรรมที่เป็นจุดหมายปลายทางของแรงงานจากต่างจังหวัดหรือจากต่างประเทศ (Sassen, 2018) การเปลี่ยนแปลงของ

โครงสร้างเศรษฐกิจสามารถมองได้จากหลายมุมมอง เช่น การเปลี่ยนแปลงในภาคการผลิต การขยายตัวของตลาดแรงงาน และการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างการใช้จ่ายของครัวเรือน

หนึ่งในผลกระทบหลักคือการเปลี่ยนแปลงในภาคการผลิต เนื่องจากการเคลื่อนย้ายประชากรทำให้มีการเพิ่มจำนวนแรงงานในบางภาคส่วน เช่น ภาคบริการ อุตสาหกรรมเบา และการก่อสร้าง ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและทำให้เศรษฐกิจของพื้นที่นั้นๆ ขยายตัว (Harris, 2007) อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี การเคลื่อนย้ายประชากรอาจนำไปสู่ปัญหาความแออัดในเมืองใหญ่ ส่งผลให้มีการแข่งขันในตลาดแรงงานสูงขึ้น ทำให้บางกลุ่มประชากรมีโอกาสทางเศรษฐกิจน้อยลง (Sjaastad, 1962)

ผลกระทบอีกด้านคือการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างการใช้จ่ายของครัวเรือน จากการย้ายถิ่นเพื่อการทำงานหรือการศึกษาส่งผลให้รายได้ของครัวเรือนในเมืองใหญ่เพิ่มขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดความท้าทายด้านการจัดการที่อยู่อาศัย และการให้บริการสาธารณะที่ต้องรองรับประชากรที่เพิ่มขึ้น

การเปลี่ยนแปลงนี้ยังส่งผลต่อการจัดสรรทรัพยากรทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในเมืองที่มีการย้ายถิ่นจำนวนมาก เช่น การขยายตัวของตลาดอสังหาริมทรัพย์ การเพิ่มขึ้นของการบริโภคในตลาดค้าปลีก การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยว และการให้บริการทางสาธารณสุข การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้สามารถเป็นโอกาสสำหรับการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ก็สามารถสร้างความท้าทายในการจัดการการกระจายทรัพยากรให้เหมาะสม (Sassen, 2018)

กล่าวโดยสรุปการเคลื่อนย้ายประชากรส่งผลกระทบต่อโครงสร้างเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในแง่ของการขยายตัวของตลาดแรงงาน การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างการใช้จ่ายของครัวเรือน การย้ายถิ่นในพื้นที่ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วสามารถสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ๆ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อลดผลกระทบจากปัญหาความแออัดและการขาดแคลนทรัพยากร โดยการพัฒนา นโยบาย และมาตรการที่เหมาะสมสามารถช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในพื้นที่ที่มีการเคลื่อนย้ายประชากรสูง

การเคลื่อนย้ายประชากร: ผลกระทบต่อโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจ

การเคลื่อนย้ายประชากรเป็นกระบวนการที่มีผลกระทบต่อทั้งโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจของประเทศที่มีการย้ายถิ่น และประเทศที่เป็นปลายทางของการย้ายถิ่น โดยกระบวนการนี้อาจเกิดจากปัจจัยหลายประการ เช่น การขยายตัวของเมือง ความต้องการแรงงานในภาคอุตสาหกรรม ความไม่สมดุลของทรัพยากรในพื้นที่ชนบท หรือแม้กระทั่งเหตุผลทางด้านสิ่งแวดล้อมและการเมือง (Sassen, 2018) การเคลื่อนย้ายประชากรสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายรูปแบบ เช่น การย้ายภายในประเทศ การย้ายถิ่นระหว่างประเทศ การย้ายถิ่นเพื่อการศึกษา หรือการย้ายเพื่อหางานทำ ซึ่งแต่ละรูปแบบจะส่งผลกระทบต่อโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจในลักษณะที่แตกต่างกัน (Dumont et al., 2010)

ผลกระทบต่อโครงสร้างสังคม

ในด้านสังคม การเคลื่อนย้ายประชากรส่งผลกระทบต่อโครงสร้างครัวเรือน การจัดการทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่างๆ ผู้ย้ายถิ่นมักเผชิญกับปัญหาความยากจนหรือการขาดแคลนบริการพื้นฐานในเมือง ซึ่งอาจนำไปสู่การแยกแยะทางสังคม (มณีรัตน์, 2561) ความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่างผู้ย้ายถิ่นกับประชากรท้องถิ่นอาจนำไปสู่ปัญหาความไม่เข้าใจและความไม่ยอมรับ (Harris, 2007) นอกจากนี้ การเพิ่มจำนวนประชากรในเมืองสามารถส่งผลให้เกิดความแออัดและปัญหาสุขภาพ การขาดแคลนที่อยู่อาศัย และความไม่เสมอภาคทางสังคม (Sassen, 2018)

ผลกระทบต่อโครงสร้างเศรษฐกิจ

ด้านเศรษฐกิจ การเคลื่อนย้ายประชากรมีผลต่อภาคการผลิตและตลาดแรงงาน การเพิ่มจำนวนของแรงงานในบางอุตสาหกรรม เช่น การก่อสร้าง หรือบริการพื้นฐาน สามารถช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจได้ (Sjaastad, 1962) อย่างไรก็ตาม การย้ายถิ่นสามารถสร้างความท้าทายในด้านการจัดสรรทรัพยากร โดยเฉพาะในเมืองที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เช่น การขาดแคลนทรัพยากรที่จำเป็นในการรองรับประชากรที่เพิ่มขึ้น และการสร้างแรงงานที่มีทักษะไม่ตรงกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการใช้จ่ายของ

ครัวเรือนที่มีการย้ายถิ่นมักจะนำไปสู่การขยายตัวของภาคการค้าปลีกและอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระยะยาว (Sassen, 2018)

กล่าวโดยสรุป การเคลื่อนย้ายประชากรมีผลกระทบต่อทั้งโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจ โดยที่การย้ายประชากรสามารถกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในบางพื้นที่ แต่ก็อาจทำให้เกิดปัญหาความแออัดและการขาดแคลนทรัพยากรได้ การเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการจัดการอย่างรอบคอบเพื่อให้สามารถลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพัฒนาแนวทางการจัดการที่ยั่งยืนสำหรับทั้งผู้ย้ายถิ่นและผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ปลายทาง

สรุป

การเคลื่อนย้ายประชากรเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ โดยมีผลกระทบหลายด้านที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างสังคมและเศรษฐกิจ การย้ายประชากรสามารถกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในบางพื้นที่ เช่น การเพิ่มจำนวนแรงงานในภาคอุตสาหกรรมและบริการ แต่ก็อาจทำให้เกิดปัญหาความแออัด การขาดแคลนทรัพยากร และความเหลื่อมล้ำทางสังคมได้

ในด้านสังคม การย้ายถิ่นอาจส่งผลให้เกิดความแตกต่างในทางวัฒนธรรมและสังคมระหว่างผู้ย้ายถิ่นกับประชากรท้องถิ่น ซึ่งสามารถสร้างปัญหาความไม่ยอมรับและความไม่เข้าใจ นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของประชากรในเมืองอาจนำไปสู่การขาดแคลนที่อยู่อาศัยและบริการพื้นฐานที่ไม่เพียงพอต่อจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น

ในด้านเศรษฐกิจ การย้ายถิ่นสามารถกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะสั้น โดยเพิ่มแรงงานในตลาด แต่ในระยะยาวอาจสร้างความท้าทายในด้านการจัดการทรัพยากรและการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจให้ทั่วถึง การเพิ่มขึ้นของแรงงานอาจทำให้เกิดการขาดแคลนงานในบางพื้นที่หรือกลุ่มคนที่ไม่สามารถแข่งขันได้

การเคลื่อนย้ายประชากรจึงต้องได้รับการบริหารจัดการที่ดีเพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ โดยการพัฒนาแนวทางที่สามารถรองรับการย้ายถิ่นในรูปแบบที่สมดุลและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- Dumont, J.-C., & Lemaître, G. (2010). *The International Mobility of the Highly Skilled*. OECD Publishing.
- Harris, J. R. (2007). *Urbanization and Development: The Role of Migration*. In C. D. Johnson (Ed.), *Urban Economic Development* (pp. 231-245). New York: Springer.
- Sassen, S. (2018). *Expulsions: Brutality and Complexity in the Global Economy*. Harvard University Press.
- Sjaastad, L. A. (1962). *The Costs and Returns of Human Migration*. *Journal of Political Economy*, 70(5), 80-93.

วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์

Journal of Social Science Innovation

1. นโยบายการตีพิมพ์ในวารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์

วารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์ เป็นวารสารในกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้า และเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์ บทวิจารณ์หนังสือ แก่นักวิชาการ นักวิจัย คณาจารย์ นักศึกษาทุกระดับ และผู้สนใจทั่วไป ในมิติทางด้านศาสนาและปรัชญา วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ การศึกษา สังคมวิทยาและมนุษยวิทยา รวมทั้งสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อย 2 ใน 3 ท่าน ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind peer-reviewed) เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยรับพิจารณาตีพิมพ์ต้นฉบับของบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ผลงานที่ส่งมาจะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้เขียนบทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอย่างเคร่งครัด รวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสารทัศนะและข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความวารสาร ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น มิใช่ความคิดของคณะผู้จัดทำ และไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ ทั้งนี้กองบรรณาธิการไม่สงวนลิขสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ให้อ้างอิงแสดงที่มา ทางวารสารกำหนดออกวารสารปีละ 6 ฉบับ (ราย 2 เดือน) ดังนี้ ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - กุมภาพันธ์, ฉบับที่ 2 เดือน มีนาคม - เมษายน, ฉบับที่ 3 เดือน พฤษภาคม - มิถุนายน, ฉบับที่ 4 เดือน กรกฎาคม - สิงหาคม, ฉบับที่ 5 เดือน กันยายน - ตุลาคม และ ฉบับที่ 6 เดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม

2. ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์

1) บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่นำเสนอการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับศาสนาและปรัชญา วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสน

ศาสตร์ การศึกษา สังคมวิทยาและมนุษยวิทยา รวมทั้งสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

2) บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความวิเคราะห์ วิจัยหรือเสนอแนวคิดใหม่

3) บทความปริทัศน์ (Review Article) เป็นบทความที่เขียนขึ้นจากการทบทวนเอกสารวิชาการ ทั้งทางด้านทฤษฎีและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งที่กำหนดไว้ โดยมีการทบทวนวรรณกรรมค้นคว้า รวบรวม ข้อมูลที่มีอยู่แล้วจากแหล่งต่างๆ และนำมาประมวลเรียบเรียงในรูปแบบบทความ

4) บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นการค้นหาข้อดีและข้อไม่ดีของเรื่องที่จะวิจารณ์ชี้ให้เห็นข้อบกพร่อง พร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขให้ดีขึ้น เป็นการวิจารณ์เพื่อสร้างสรรค์

3. รูปแบบของการจัดเตรียมต้นฉบับ

1) ต้นฉบับบทความต้องมีความยาว 8 - 12 หน้ากระดาษ A4 (ไม่รวมเอกสารอ้างอิง) พิมพ์บนกระดาษหน้าเดียว ใช้ตัวอักษรแบบ THSarabunPSK ตั้งค่าน้ำกระดาษโดยเว้นขอบบน ขอบซ้าย 1 นิ้ว และขอบขวา ขอบล่าง 1 นิ้ว กำหนดระยะห่างระหว่างบรรทัดเท่ากับ 1 และเว้นบรรทัดระหว่างแต่ละย่อหน้า การนำเสนอรูปภาพและตาราง ต้องนำเสนอรูปภาพและตารางที่มีความคมชัดพร้อมระบุหมายเลขกำกับรูปภาพไว้ด้านล่าง พิมพ์เป็นตัวหนาเช่นตารางที่ 1 หรือ Table 1 และ ภาพที่ 1 หรือ Figure 1 รูปภาพที่นำเสนอต้องมีรายละเอียดของข้อมูลครบถ้วนและเข้าใจได้โดยไม่ต้องกลับไปอ่านที่เนื้อความอีก ระบุลำดับของรูปภาพทุกรูปให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่อยู่ในต้นฉบับ โดยคำอธิบายต้องกระชับและสอดคล้องกับรูปภาพที่นำเสนอ

2) ชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พิมพ์ไว้ตรงกลางหน้าแรก

3) ชื่อผู้เขียน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมระบุชื่อสังกัดหรือหน่วยงาน

4) มีบทคัดย่อภาษาไทย จำนวนคำอยู่ที่ 250-400 คำ

5) กำหนดคำสำคัญ (Keywords) 3-5 คำ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

6) การเรียงหัวข้อ หัวข้อใหญ่สุด ให้พิมพ์ชิดขอบด้านซ้าย หัวข้อย่อยเว้นห่างจากหัวข้อใหญ่ 3-5 ตัวอักษร และหัวข้อย่อยขนาดเดียวกัน ต้องพิมพ์ให้ตรงกัน เมื่อขึ้นหัวข้อใหญ่ให้เว้นระยะห่าง 1 บรรทัด

7) การใช้ตัวเลข ค่าย่อ และวงเล็บ ควรใช้ตัวเลขอารบิกทั้งหมด ใช้คำย่อที่เป็นสากลเท่านั้น (ระบุคำเต็มไว้ในครั้งแรก) การวงเล็บภาษาอังกฤษ ควรใช้ดังนี้ (Student centred learning)

บทความวิจัย ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

- 1) ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 2) ชื่อผู้เขียนและผู้ร่วมเขียนบทความ
- 3) สถาบันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 4) Corresponding Author's Email (อีเมลผู้ติดต่อประสานบทความ)
- 5) บทคัดย่อ (Abstract) เสนอวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัยและผลการวิจัยโดยสรุป สั้นกะทัดรัดได้ใจความ
- 6) บทนำ (Introduction) ระบุความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาในการวิจัยและระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 7) วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 8) สมมติฐาน (ถ้ามี)
- 9) การทบทวนวรรณกรรม
- 10) วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) ระบุแบบแผนการวิจัยการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล
- 11) ผลการวิจัย (Results) เสนอผลที่พบตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับอย่างชัดเจน ควรเสนอในรูปตารางหรือแผนภูมิ
- 12) อภิปรายผล (Discussion) เสนอเป็นความเรียง ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของผลการวิจัยกับกรอบแนวคิด และงานวิจัยที่ผ่านมา ไม่ควรอภิปรายเป็นข้อ ๆ แต่ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด
- 13) องค์ความรู้ใหม่ (ถ้ามี) (Originality and Body of Knowledge) ระบุองค์ความรู้อันเป็นผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากการวิจัย สังเคราะห์ออกมาในรูปแบบโมเดล พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างของโมเดลอย่างกระชับ เข้าใจง่าย
- 14) สรุป (Conclusion) /ข้อเสนอแนะ (Recommendation) ระบุข้อสรุปที่สำคัญและข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และประเด็นสำหรับการวิจัยต่อไป

15) เอกสารอ้างอิง (References) ต้องเป็นรายการอ้างอิงที่มีปรากฏในบทความเท่านั้น

บทความวิชาการ ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

- 1) ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 2) ชื่อผู้เขียนและผู้ร่วมเขียนบทความ
- 3) สถาบันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 4) Corresponding Author's Email (อีเมลผู้ติดต่อประสานบทความ)
- 5) บทคัดย่อ (Abstract)
- 6) บทนำ (Introduction)
- 7) เนื้อเรื่อง (Content) แสดงสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ
- 8) สรุป (Conclusion)
- 9) เอกสารอ้างอิง (Reference)

บทความปริทัศน์และบทวิจารณ์หนังสือ ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

- 1) ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 2) ชื่อผู้เขียนและผู้ร่วมเขียนบทความ
- 3) สถาบันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 4) Corresponding Author's Email (อีเมลผู้ติดต่อประสานบทความ)
- 5) ข้อมูลส่วนประกอบของหนังสือที่วิจารณ์ ดังนี้
 - 5.1 ภาพปกหนังสือ
 - 5.2 แปลจากหนังสือ:
 - 5.3 ผู้เขียน:
 - 5.4 ผู้แปล:
 - 5.5 สำนักพิมพ์:
 - 5.6 ปีที่พิมพ์:
 - 5.7 จำนวนหน้า:

- 6) บทนำ (Introduction)
- 7) เนื้อเรื่อง (Content)
- 8) บทวิจารณ์
- 9) สรุป (Conclusion)
- 10) เอกสารอ้างอิง (Reference)

4. ระบบการอ้างอิงและเอกสารอ้างอิงทางวิชาการ

เอกสารที่นำมาใช้ในการอ้างอิงบทความ ควรมีที่มาจากแหล่งตีพิมพ์ที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือ สามารถสืบค้นได้ เช่น หนังสือ วารสาร หรืองานวิจัย เป็นต้น ผู้เขียนบทความจะต้องตรวจสอบความถูกต้องของรายการอ้างอิง เพื่อป้องกันความล่าช้าในการตีพิมพ์บทความ เนื่องจากบทความที่มีการอ้างอิงไม่ถูกต้อง จะไม่ได้รับการส่งต่อไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา จนกว่าการอ้างอิงเอกสารจะได้รับการแก้ไขให้สมบูรณ์

การอ้างอิงในเนื้อหาบทความ

รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อเรื่องและท้ายเล่มใช้วิธีการอ้างอิงระบบนาม – ปี ตามรูปแบบของ American Psychological Association (APA) ให้ใช้ระบบตัวอักษรโดยใช้วงเล็บ เปิด-ปิด แล้วระบุชื่อ-นามสกุลของผู้เขียนและปีที่ตีพิมพ์ กำกับท้ายเนื้อความที่ได้อ้างอิง ตัวอย่างเช่น การปฏิวัติทางอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (Industry 4.0) ภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมจะต้องเตรียมพร้อมในหลาย ๆ ด้านและสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ การเตรียมพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ เพื่อรองรับอุตสาหกรรมใหม่และเศรษฐกิจยุคใหม่ เป็นการพัฒนาคอนสู่อุตสาหกรรมอนาคต เชื่อมโยงทรัพยากรบุคคล ความรอบรู้ นวัตกรรมทางความคิด และเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นหนึ่งเดียวกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม (ธนิต โสรัตน์, 2559) โดยเอกสารอ้างอิงที่ใช้ในการอ้างอิงในบทความ จะต้องปรากฏในเอกสารอ้างอิงท้ายบทความทุกรายการ โดยรูปแบบของเอกสารอ้างอิง มีดังนี้

อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย

1) พระไตรปิฎกและอรรถกถาให้อ้างชื่อคัมภีร์ / เล่มที่/ข้อที่/เลขหน้า แล้วตามด้วยชื่อหน่วยงานผู้จัดทำ ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) พร้อมปีที่พิมพ์ ตัวอย่าง เช่น “ภิกษุทั้งหลาย รูปเวทนา สัญญา สังขาร และวิญญาณ เป็นอนัตตา ภิกษุทั้งหลาย ถ้ารูปเวทนา สัญญา สังขาร

วิทยุยานี้จักเป็นอิตตาแล้วไซ้รูปเวทนา สัญญา สังขาร วิทยุยานี้ไม่พึงเป็นไปเพื่ออาพาธ” (วิ.ม. 4/20/27) (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539)

2) ผู้แต่งหนึ่งราย ให้อ้างชื่อ-นามสกุลผู้แต่ง แล้วตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (เกสวดี เชี่ยวชาญ, 2557)

3) ผู้แต่งสองราย ให้อ้างชื่อ-นามสกุลของผู้แต่งทั้งสองรายโดยใช้คำว่า “และ” ในการเชื่อมผู้เขียนทั้งสองแล้วตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และปีที่พิมพ์ เช่น (นิรมัย คุ่มรักษา และอัจจิมา ศิริพิบูลย์ผล, 2560)

4) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างชื่อ-นามสกุลของผู้แต่งรายแรก แล้วเพิ่มคำว่า “และคณะ” แล้วตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (ทศพร คำผลศิริ และคณะ, 2560)

5) กรณีที่เนื้อความเป็นเรื่องเดียวกัน หรือผลการวิจัยเหมือนกัน แต่มีผู้อ้างอิงหลายคน ให้ใช้รายการอ้างอิงที่ใกล้เคียงกับปีปัจจุบันมากที่สุด (ค้นพบล่าสุด) หรือหากเป็นแนวคิดทฤษฎี ก็ควรอ้างอิงเจ้าของแนวคิดทฤษฎี หรือบุคคลผู้เป็นที่ยอมรับของวงการวิชาการส่วนใหญ่เป็นสำคัญ

อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ

1) ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งราย ให้อ้างนามสกุลของผู้แต่ง ตามด้วยอักษรตัวย่อของชื่อภาษาอังกฤษ ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และปีที่พิมพ์ เช่น (Phathong, K., 2007)

2) ถ้ามีผู้แต่งสองราย ให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรก ตามด้วยอักษรตัวย่อของชื่อภาษาอังกฤษ ตามด้วยเครื่องหมายแอนด์ (&) คั่นกลาง ตามด้วยนามสกุลของผู้แต่งรายที่สอง และตามด้วยอักษรย่อของชื่อภาษาอังกฤษ แล้วตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และปีที่พิมพ์ เช่น (Werker, J. F. & Desjardins, R. N, 2004)

3) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรก ตามด้วยอักษรตัวย่อของชื่อภาษาอังกฤษตามด้วย et al. ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และปีที่พิมพ์ เช่น (Bloom, B. S., et al.)

เอกสารอ้างอิงท้ายเล่ม

(1) พระไตรปิฎก อรรถกถา

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อพระไตรปิฎกอรรถกถา.// สถานที่พิมพ์: /สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

(2) หนังสือ

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อหนังสือ.// (ครั้งที่พิมพ์).// สถานที่พิมพ์: /สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

เกษภา ผาทอง. (2548). ระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐศาสตร์ : แนวคิด ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พิสิษฐ์ ไทย ออฟเซต.

(3) บทความในหนังสือ

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ).// ชื่อเรื่อง/ (เลขหน้าที่ย่อ).// สถานที่พิมพ์: /สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

ชลิตา บัณทวงศ์. (2556) ข้าวและชาวนาไทยในกระแสการเปลี่ยนแปลง ใน พจนก กาญจนจันทร์ (บรรณาธิการ), คน ข้าว นา ควาย ในวัฒนธรรมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (หน้า 39-68). กรุงเทพฯ: อัมรินทร์.

(4) บทความจากวารสาร

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ชื่อวารสาร.// ปีที่/ (ฉบับที่), /เลขหน้าแรก ที่ตีพิมพ์-เลขหน้าสุดท้ายที่ตีพิมพ์.

ตัวอย่าง :

เกษภา ผาทอง และคณะ. (2562). พระพุทธศาสนากับการเมือง. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทรรศน์*, 3(2), 16-31.

(5) บทความในสารานุกรม

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ใน ชื่อสารานุกรม,/(เล่มที่อ้าง, หน้า เลขหน้าที่อ้าง).
สถานที่พิมพ์: /สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

สนิทธาจพันธ์. (2537). หม้อคอกควาย. ใน สารานุกรมของใช้พื้นบ้านไทยในอดีตเขต หัวเมืองฝ่ายเหนือ, (หน้า 274-275). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้น.

(6) หนังสือพิมพ์

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (วันที่ เดือน ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ชื่อหนังสือพิมพ์/เลขหน้า.

ตัวอย่าง :

สุชาติ เผือกสกนธ์. (9 มิถุนายน 2549). ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. *ผู้จัดการรายวัน*, น.13.

(7) สารนิพนธ์, วิทยานิพนธ์, ดุษฎีนิพนธ์, รายงานการวิจัย

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อวิทยานิพนธ์.// ใน ระดับวิทยานิพนธ์ สาขา./ชื่อมหาวิทยาลัยที่พิมพ์.

ตัวอย่าง :

พรไทย ศิริสาธิตกิจ. (2558). การพัฒนารูปแบบการปรับตัวของชาวนาอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นายมนัส ภาคภูมิ. (2540). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของเจ้าอาวาสในการพัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางชุมชน. ใน รายงานการวิจัย. มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

(8) สัมภาษณ์

รูปแบบ:

ชื่อผู้ที่ได้รับการสัมภาษณ์.// (วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์).// ชื่อเรื่องที่สัมภาษณ์.// (ชื่อผู้สัมภาษณ์)

ตัวอย่าง :

ไชยศิริ ลีศิริกุล. (5 พ.ย. 2562). วิธีการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานข้าว. (พระมหาปรัชญ์ อรรถาพร, สัมภาษณ์)

(9) สื่อออนไลน์

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.// (ปีที่เผยแพร่).// ชื่อเรื่อง.// เรียกใช้เมื่อ/ จาก แหล่งที่มาของข้อมูล (URL)

ตัวอย่าง :

ฤทัยชนก จริจจิตร. (2555). กลยุทธ์ข้าวไทยบนฐาน AEC เพื่อก้าวสู่การเป็น Trading Nation เรียกใช้เมื่อ 1 สิงหาคม 2563 จาก <http://www.tpsoc.moc.go.th/sites/default/files/862-img.pdf>

สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ. (2561). เลื่อนข้าราชการให้ดำรงตำแหน่งประเภททั่วไป ระดับชำนาญงาน คำสั่งสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ที่ 593/2562 . เรียกใช้เมื่อ 15 มกราคม 2562 จาก <http://www.onab.go.th/category/news/คำสั่ง-ประกาศ/>

(10) ราชกิจจานุเบกษา

รูปแบบ:

ชื่อกฎหมาย.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อเรื่อง(ถ้ามี).// ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่/ตอนที่/หน้า/(วันเดือนปี).

ตัวอย่าง:

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4). (2562). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136 ตอนที่ 57 ก หน้า 49 (1 พฤษภาคม 2562).

ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2562). เรื่อง กำหนดประเภทและขนาดของโครงการหรือกิจการซึ่งต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม และหลักเกณฑ์ วิธีการ ระเบียบปฏิบัติ และแนวทางการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม. ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 129 ตอนพิเศษ 97 ง หน้า 1 (20 มิถุนายน 2555).

ตัวอย่างเอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- เกษภา ผาทอง. (2564). *ระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐศาสตร์ : แนวคิด ทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ประภัสสร ปรีเอี่ยม และธรรมนุญ รวีผ่อง. (2554). ผลการส่งเสริมพัฒนาการ กล้ามเนื้อมัดเล็กสำหรับเด็กพัฒนาการช้าโดยพ่อแม่ของเด็กที่มีความต้องการพิเศษใน จังหวัดมหาสารคาม. ใน *รายงานการวิจัย*. สถาบันราชภัฏมหาสารคาม.
- พระสุตรักษ์ วิสุทโธ และเดชชาติ ตรีทรัพย์. (2561). บทบาทของผู้สูงอายุในการพัฒนาชุมชนในตำบลทรายขาว อำเภอดงหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 2(2), 8-13
- พระสถาพร ปุณณนนโท (เจ้าจวนจระ) และคณะ. (2562). การวิเคราะห์การประยุกต์ใช้หลักพุทธธรรมในการทำงานจิตอาสา ของชุมชนวัดสระเกษ อำเภอมือง จังหวัดสงขลา. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 3(2), 16-31.
- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4). (2562). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136 ตอนที่ 57 ก หน้า 49 (1 พฤษภาคม 2562).
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.(2535). *พระไตรปิฎกฉบับภาษาบาลี ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*. 2500. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- สำนักงานสาธารณสุขอำเภอทอง. (2560). *รายงานทารกน้ำหนักน้อยกว่า 2,500 กรัม ได้รับการคัดกรองพัฒนาการ DSPMปีงบประมาณ 2560 (อินเทอร์เน็ต)*. เรียกใช้เมื่อ 15 มิถุนายน 2562 จาก <http://atg.hdc.moph.go.th>

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพัทลุง. (2563). *ศิลปะการแห่งโนราห์*. เรียกใช้เมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563 จาก https://www.m-culture.go.th/phatthalung/ewt_news.php?nid=508&filename=index.

Elizabet, B. (1990). *Ecotourism: The Potentials and Pitfalls*. Vol.1 and 2. World Wildlife Fund. Washington, D.C.

Dunst, C. J. & Triette, C. M. (1996). Empowerment, effective helpgiving practices and family-Centered care. *Pediatr Nurs*, 22(2), 334-337.

5. หลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับบทความเพื่อได้รับการตีพิมพ์

การส่งในระบบ (Online Submission) สามารถส่งเข้าระบบออนไลน์ได้เว็บไซต์ของวารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์ ได้ที่ <https://so13.tci-thaijo.org/index.php/jssi> เมื่อส่งเข้าระบบสำเร็จให้แจ้งข้อมูลเพิ่มเติมทาง Email : socialscienceinnovation.12@gmail.com

6. ขั้นตอนการนำบทความลงตีพิมพ์ลงในวารสารนวัตกรรมสังคมศาสตร์

ต้นฉบับบทความที่เสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์เอกสาร *.docx ของ Microsoft Word Version 2010 หรือมากกว่า หากต้นฉบับประกอบด้วยภาพ ตาราง หรือสมการ ให้ส่งแยกจากไฟล์เอกสาร ในรูปแบบไฟล์ภาพ สกุล *.PDF*.JPG*.GIF หรือ *.bmp ความยาวของต้นฉบับต้องไม่เกิน 12 หน้า (ไม่รวมเอกสารอ้างอิง) กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณาจะส่งกลับไปแก้ไข ถ้าผ่านจะเข้าสู่การพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิเมื่อผลการประเมินผ่านหรือไม่ผ่านหรือมีการแก้ไข จะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ โดยการพิจารณาบทความเพื่อลงตีพิมพ์ได้จะคำนึงถึงความหลากหลายและความเหมาะสม

7. สิทธิของบรรณาธิการ

ในกรณีที่กองบรรณาธิการหรือผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งได้รับเชิญให้เป็นผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจประเมินบทความมีความเห็นว่าควรแก้ไข กองบรรณาธิการจะส่งคืนเพื่อให้เจ้าของบทความแก้ไข โดยจะยึดถือข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจประเมินเป็นเกณฑ์หลัก และหรือขอสงวนสิทธิ์ที่จะพิจารณาไม่ตีพิมพ์ ในกรณีที่รายงานการวิจัย บทความทางวิชาการหรือบทความ

วิจัย บทความปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือ ไม่ตรงกับแนวทางของวารสารนวัตกรรมการศึกษาศาสตร์ หรือไม่ผ่านการพิจารณาของกองบรรณาธิการหรือผู้เชี่ยวชาญเมื่อบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ผู้เขียนจะได้รับวารสารลี้ลับฉบับที่นำบทความลงตีพิมพ์ พร้อมกับหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความในวารสารนวัตกรรมการศึกษาศาสตร์

ตัวอย่างการเตรียมต้นฉบับบทความวิจัย

ชื่อบทความ (ไทย) (20 pt)

ชื่อบทความ (อังกฤษ) (18 pt)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน¹ (ไทย) (14 pt)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน¹ (อังกฤษ) (12 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด¹ (ไทย) (14 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด¹ (อังกฤษ) (12 pt)

Corresponding Author's Email: (12 pt)

บทคัดย่อ (18 pt) (250-400 คำ)

(16 pt).....วัตถุประสงค์ของการวิจัย ระบุประเภทของวิจัย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย ที่พบ (เลือกนำเสนอเฉพาะผลการวิจัยที่มีความน่าสนใจมากที่สุด)

.....

.....

.....

.....

.....

คำสำคัญ: 3-5 คำ

Abstract (18 pt)

.....(16 pt) ให้ตรงตามบทคัดย่อภาษาไทย

.....

.....

.....

.....

Keywords: 3-5 words

บทนำ (18 pt) (ไม่ควรเกิน 4 ย่อหน้า)

...(16.pt) 1. กล่าวถึงความเป็นมาแล้วความสำคัญของปัญหา โดยกว้าง ๆ (อ้างนโยบาย กฎหมาย หรือแนวคิดทฤษฎีมารองรับ).....

2. กล่าวถึงสภาพปัญหาปัจจุบันที่เกิดขึ้น (อ้างงานวิจัยหรือทฤษฎีมารองรับ).....

3. กล่าวถึงสภาพปัญหาของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา.....

4.สรุปความเป็นมาทั้งหมดชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการวิจัยและประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (18 pt)

1..... (16.pt)

2..... (16.pt)

3..... (16.pt)

สมมติฐานการวิจัย (18 pt) (ถ้ามี)

1..... (16.pt)

2..... (16.pt)

3..... (16.pt)

การทบทวนวรรณกรรม (18 pt)

1..... (16.pt)

2..... (16.pt)

สรุป..... (16.pt)

วิธีดำเนินการวิจัย (18 pt)

(16 pt) ระบุรูปแบบของการวิจัย, ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง, วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง, การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ, การเก็บรวบรวมข้อมูล, การวิเคราะห์ข้อมูล.....

ผลการวิจัย (18 pt)

(16 pt) ผลการวิจัยต้องตอบวัตถุประสงค์ทุกข้อ.....

.....

.....

.....

.....

.....



ภาพที่ 1 (ชื่อภาพ) (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตารางที่ 1 (ชื่อตาราง) (ถ้ามี)

อภิปรายผล (18 pt)

(16 pt) อภิปรายผลการวิจัยที่พบตามวัตถุประสงค์ ผลการวิจัยสอดคล้องหรือไม่
สอดคล้องกับผลการวิจัยของใคร สามารถนำมาอภิปรายได้ทั้งหมด

[illegible]

องค์ความรู้ใหม่ (18 pt) (ถ้ามี)

(16 pt).....ระบุนองค์ความรู้อันเป็นผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากการวิจัย สักระยะที่ออกมาในรูปแบบโมเดล พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างของโมเดลอย่างกระชับ เข้าใจง่าย.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สรุป/ข้อเสนอแนะ (18 pt)

(16 pt) สรุปผลการวิจัยทั้งหมด สั้น ๆ กระชับรัดกุมได้ใจความ.....พร้อมข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....และการนำผลการวิจัยไปใช้.....รวมถึงเสนอแนะแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

กิตติกรรมประกาศ (18 pt) (ถ้ามี) (ให้ใส่เฉพาะกรณีที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย หรือกรณีซื้อบทความมีชื่อเรื่องไม่ตรงกับงานวิจัยหรือวิทยานิพนธ์)

...(16.pt) ตัวอย่าง เช่น ขอขอบคุณทุนสนับสนุนวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ปีงบประมาณ 2559 และข้อมูลจากโครงการวิจัยย่อย เรื่องสภาพปัญหาและความต้องการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุในบริบทภาคใต้ตอนล่าง.....

.....

เอกสารอ้างอิง (18 pt)

(16.pt).....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตัวอย่างการเตรียมต้นฉบับบทความวิชาการ

ชื่อบทความ (ไทย) (20 pt)

ชื่อบทความ (อังกฤษ) (18 pt)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน¹ (ไทย) (14 pt)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน¹ (อังกฤษ) (12 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด¹ (ไทย) (14 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด¹ (อังกฤษ) (12 pt)

Corresponding Author's Email: (12 pt)

บทคัดย่อ (18 pt) (250-400 คำ)

(16.pt).....

.....

.....

.....

.....

.....

คำสำคัญ: 3-5 คำ

Abstract (18 pt)

.....(16.pt).....

.....

.....

.....

.....

Keywords: 3-5 words

191

.....(16 pt).....

สรุป (18 pt)

(16 pt)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารอ้างอิง (18 pt)

(16 pt)

.....

.....

.....

.....

.....

ชื่อบทความ (ไทย) (20 pt)

ชื่อบทความ (อังกฤษ) (18 pt)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน¹ (ไทย) (14 pt)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน¹ (อังกฤษ) (12 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด¹ (ไทย) (14 pt)

หน่วยงานต้นสังกัด¹ (อังกฤษ) (12 pt)

Corresponding Author's Email: (12 pt)

(14 pt)

แปลจากหนังสือ:

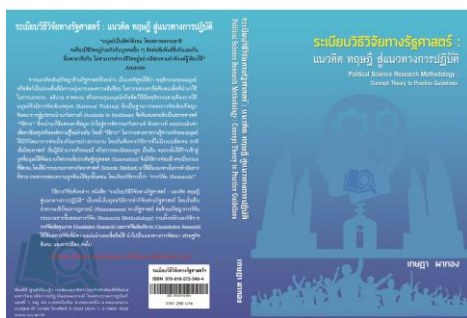
ผู้เขียน:

ผู้แปล:

สำนักพิมพ์:

ปีที่พิมพ์:

จำนวนหน้า:



บทนำ (18 pt)

(16.pt) บริบท ความเป้นมา ของหนังสือหรือประเด็นที่ศึกษา.....

.....

.....

.....

.....

เนื้อเรื่อง (18 pt)

...(16.pt) องค์ประกอบของหนังสือหรือประเด็นที่ศึกษา บท หมวดหมู่ ลักษณะ ชนิด ประเภท วัตถุประสงค์ สาระ ประเด็น แง่คิด มุมมอง ฯลฯ

บทวิจารณ์ (18 pt)

...(16.pt) นำเสนอหลักการ แนวคิด ผ่านการวิเคราะห์ สังเคราะห์ วิจัย ที่สะท้อนมุมมองเหตุผลความคาดหวัง ผลกระทบ สาระสำคัญ ตามหลักทฤษฎีเชิงวิชาการ พร้อมเสนอแนะแนวทางเพื่อการแก้ไข การส่งเสริมและพัฒนาต่อยอด (อ้างอิงตาม)

จุดเด่น

จุดด้อย

สรุป (18 pt)

(16.pt) สรุปภาพรวมครอบคลุมผลการศึกษาที่นำเสนอ สะท้อนคุณค่า การนำไปใช้ประโยชน์ เป็นความเรียงไม่ใส่เลขเป็นขอมাত্রา ไม่เอียง ไม่หนา ไม่แทรกภาพโมเดล สะท้อนคุณค่าทางวิชาการ

เอกสารอ้างอิง (18 pt)

(16.pt)

