

อธิบดีกรมการอาชญาวิทยา

จำนวน 1 ใต

21 ต.ค. 2566



รายงานการวิจัย

ศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการ
และผู้บริหารจัดการตลาดนานาสตุลจีโอพาร์ค ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล
A study of awareness of the health safety standards of Entrepreneurs
and Market managers of Nana Satun Geo Park, Khao Khao Subdistrict,
La-ngu District, Satun Province



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

นางสาวเอมอร อ่าวสกุล และคณะ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

ชื่องานวิจัย	การศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดนานาสตุลจีโอพาร์ค ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล
ผู้วิจัย	เอมอร อ่าวสกุล, หทัยกาญจน์ วิริยะสมบัติ และโชติกา รติชลิยกุล
คณะ	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ปี	2564

บทคัดย่อ

การศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดนานาสตุลจีโอพาร์ค ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล เพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด และเพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการในตลาดนานาสตุลจีโอพาร์ค จำนวน 38 คน และผู้บริหารจัดการตลาดนานาสตุลจีโอพาร์ค จำนวน 12 คน ใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด โดยใช้ t-test

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการรับรู้เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.07 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้บริหารจัดการตลาดมีการรับรู้เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 3.93 อยู่ในระดับมาก และมีระดับการรับรู้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยทุกข้ออยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เลข Bib# 115.0027
วันที่ 21 ส.ค. 2566
เลขเรียกหนังสือ 363.7
0564

Research Title	A study of awareness of the health safety standards of Entrepreneur and Market manager of Nana Satun Geo Park, Khao Khao Subdistrict, La-ngu District, Satun Province
Researcher	Emom Aosakul, Hathaikarn Wiriyasombat and Chotika Raticariyakul
Faculty	Faculties of Humanities and Social sciences
Year	2021

A study of awareness about sanitary safety standards of entrepreneurs and market managers of Nana Satun Geo Park, Khao Khao Sub-district, La-ngu District, Satun Province, to study the level of awareness about sanitary safety standards. of entrepreneurs and market managers and to compare the level of awareness of sanitary safety standards among entrepreneurs and market managers. The sample used in the study were 38 Entrepreneurs and 12 Market managers. Statistics were used, mean, standard deviation. and comparative analysis of the level of awareness about the safety standards of entrepreneurs and market managers using t-test.

The results show that Entrepreneurs have an awareness of the overall health safety standards with an average of 3.07, at a moderate level. And market managers have an awareness of the overall hygiene safety standards with an average of 3.93, in a high level. And the level of awareness of all hygiene safety standards is at a high level. The comparative results of perceived levels of sanitary safety standards of entrepreneurs and market managers were significantly different at 0.05.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญแผนที่	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1
1.3 ขอบเขตการวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา	5
2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้	8
2.3 มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)	11
2.4 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
2.5 กรอบแนวคิดวิจัย	25
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	26
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	26
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	27
บทที่ 4 ผลการวิจัย	29
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
4.2 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการ และผู้บริหารจัดการตลาด	33
4.3 เปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยตาม รายชื่อของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด	36
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	39
5.1 สรุปผลการวิจัย	39
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	41

5.3 ข้อเสนอแนะ	46
บรรณานุกรม	47
ภาคผนวก	49



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 - 1 ชื่อหมู่บ้านในตำบลเขาขาว	2
ตารางที่ 2 - 1 จำนวนครัวเรือน และประชากรตำบลเขาขาว	6
ตารางที่ 4 - 1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	29
ตารางที่ 4 - 2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	30
ตารางที่ 4 - 3 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	31
ตารางที่ 4 - 4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับ การฉีดวัคซีน Covid	31
ตารางที่ 4 - 5 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการ มีส่วนร่วมในตลาดนานา จีโอพาร์ค	32
ตารางที่ 4 - 6 แสดงระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของ ผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค	33
ตารางที่ 4 - 7 แสดงระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้บริหาร จัดการตลาดนานา จีโอพาร์ค	35
ตารางที่ 4 - 8 เปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของ ผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด	36
ตารางที่ 4 - 9 เปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของ ผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด	37
ตารางที่ 4 - 10 เปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยตาม รายชื่อ ของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด	37

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2 - 1 ตลาดนานาสตุลจีโอพาร์ค	7
ภาพที่ 2 - 2 กระบวนการการรับรู้	9
ภาพที่ 2 - 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล	11
ภาพที่ 2 - 4 แนวทางการดำเนินงานตามโครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA)	12
ภาพที่ 2 - 5 ตราสัญลักษณ์ SHA	13
ภาพที่ 4 - 1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	30
ภาพที่ 4 - 2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	30
ภาพที่ 4 - 3 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	31
ภาพที่ 4 - 4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการมีส่วนร่วมในตลาดนานา จีโอพาร์ค	32



สารบัญแผนที่

แผนที่ที่ 1 - 1 แสดงขอบเขตตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

หน้า

3



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญที่มาของปัญหา

ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสุขอนามัยเพิ่มขึ้นและเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดในช่วงที่เริ่มมีการผ่อนปรนโดยรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้คนไทยออกมาท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่งผลให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จัดทำโครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย เพื่อนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรค ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัยจากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 และยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทย

ตำบลเขาขามมีแผนพัฒนาท้องถิ่นส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยว Satun Globe Geopark ในพื้นที่ตำบลเขาขาม โดยมีแผนดำเนินการจัดตั้งตลาดนัดวัฒนธรรมวิถีชุมชน “ตลาดนานาชาติอู่อพาร์ค” ตั้งอยู่หมู่ที่ 4 บ้านนาข่าเหนือ ซึ่งเป็นพื้นที่มีศักยภาพเหมาะสมต่อการจัดตั้งตลาดนัดตามผลการวิจัยการสำรวจพื้นที่และประเมินศักยภาพพื้นที่เพื่อพัฒนาสู่การเป็นตลาดนัดวัฒนธรรมวิถีชุมชนตำบลเขาขาม อำเภอละงู จังหวัดสตูล (เอมอร อ่าวสกุลและคณะ , 2561) ซึ่งขณะทางองค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาม ตัวแทนชุมชน และคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้ร่วมกันดำเนินการปรับภูมิทัศน์ จัดพื้นที่และวางแผนในการจัดโซนประเภทสินค้า ให้พร้อมต่อการเปิดตลาด

ดังนั้นการจัดการตลาดในสถานการณ์โลกปัจจุบัน จำเป็นต้องให้ความสำคัญเรื่องมาตรฐานความปลอดภัยเรื่องสุขอนามัยจากสินค้าและบริการ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดนานาชาติอู่อพาร์ค ตำบลเขาขาม อำเภอละงู จังหวัดสตูล เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดและส่งเสริมผู้ประกอบการให้ได้มาตรฐาน SHA จนได้ตราสัญลักษณ์มาตรฐาน SHA จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด
- 1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

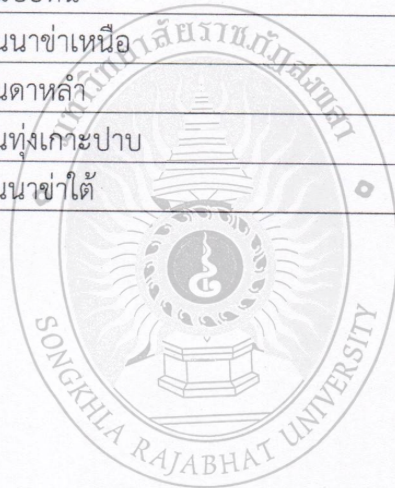
การศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยประเภทร้านอาหาร/ สตรีทฟู้ด สปานวดเพื่อสุขภาพ และร้านค้าร้านของที่ระลึกต่าง ๆ ตามโครงการความร่วมมือระหว่าง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงสาธารณสุข โดย กรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1.3.2 ขอบเขตพื้นที่

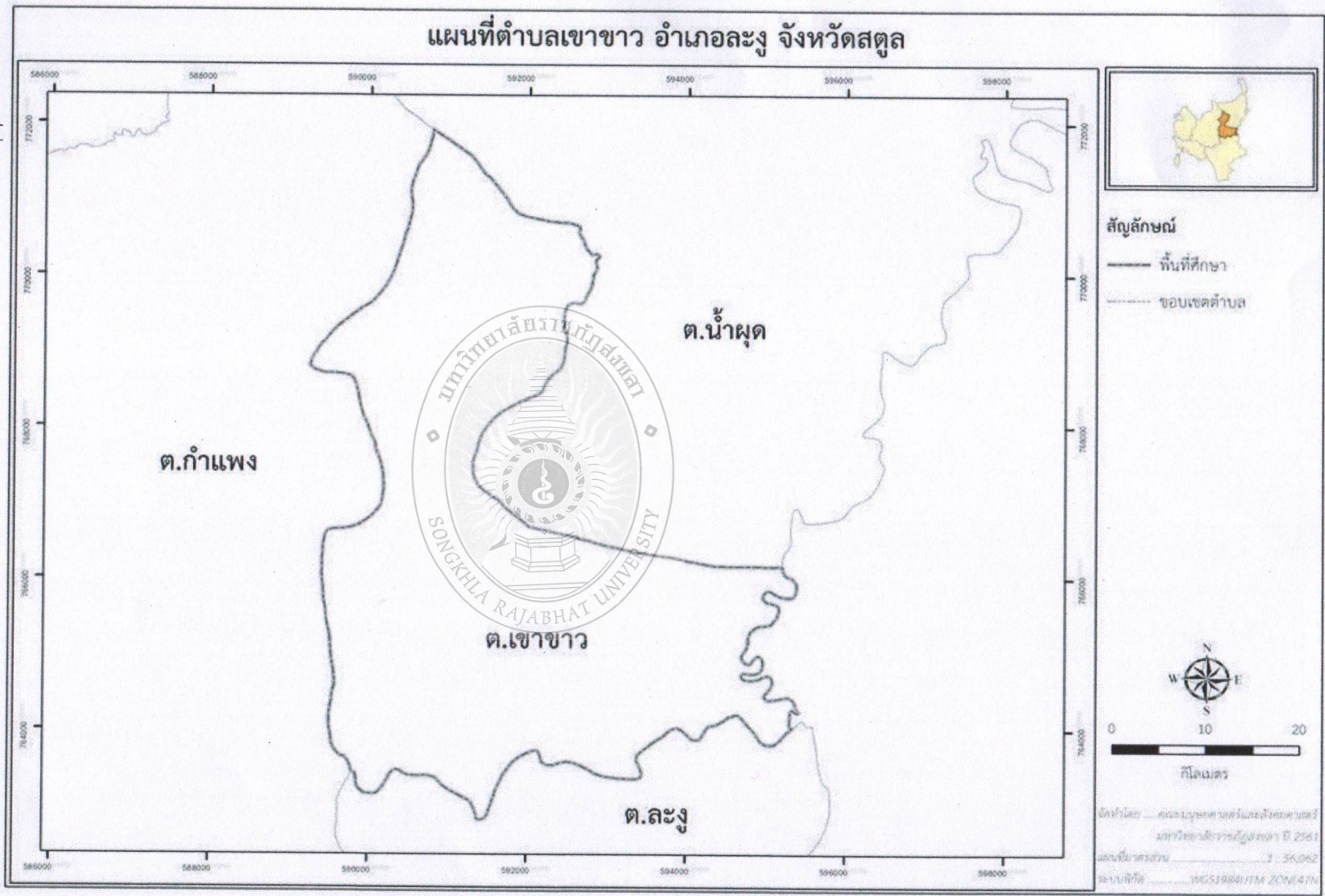
ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีเนื้อที่ประมาณ 39.154 ตารางกิโลเมตร ซึ่งมีการแบ่งเขตการปกครองเป็น 7 หมู่บ้าน ได้แก่

ตารางที่ 1 – 1 ชื่อหมู่บ้านในตำบลเขาขาว

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน
1	บ้านสันติสุข
2	บ้านหาญ
3	บ้านบ่อหิน
4	บ้านนาข่าเหนือ
5	บ้านตาหล้า
6	บ้านทุ่งเกาะปราบ
7	บ้านนาข่าใต้



แผนที่ที่ 1 - 1 แสดงขอบเขตตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล



1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบถึงระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด

1.4.2 องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาวสามารถนำข้อมูลระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด มาวางแผนจัดอบรมมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยให้กับผู้ประกอบการในตลาด

1.4.3 ผู้ประกอบการในตลาดนานาได้รับการรับรองมาตรฐานพร้อมสัญลักษณ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย คือ มาตรการควบคุมโรคทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย จากบริการประเภทร้านอาหาร/สตรีทฟู้ด สพานวดเพื่อสุขภาพ และร้านค้าร้านของที่ระลึกต่าง ๆ โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข ผสมกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพ ของสถานประกอบการเพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19



2.1.2 ประชากร

ประชากรในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเขาขามมีทั้งสิ้น 6,478 คน แยกเป็นชาย 3,245 คนและหญิง 3,233 คน มีความหนาแน่น เฉลี่ย 164 คน/ตารางกิโลเมตร แยกรายละเอียดได้ดังนี้ (องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาม, 2563)

ตารางที่ 2 – 1 จำนวนครัวเรือน และประชากรตำบลเขาขาม

ชื่อหมู่บ้าน	จำนวนครัวเรือน/หลัง	จำนวนประชากร		รวม
		ชาย	หญิง	
บ้านสันติสุข	367	567	552	1,119
บ้านหาญ	173	328	313	641
บ้านบ่อหิน	543	910	884	1,764
บ้านนาข่าเหนือ	185	354	344	697
บ้านดาหล้า	243	460	463	923
บ้านทุ่งเกาะปาบ	288	496	481	977
บ้านนาข่าใต้	121	214	212	426
รวม	1,920	3,329	3,248	6,557

2.1.3 ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ทรัพยากรธรรมชาติในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาม เช่น ทรัพยากรป่าไม้ ป่าเขาขาม และป่าควนทัง มีไม้หอมพ้อ ไม้ยาง ไม้ไผ่เขียว เป็นต้น สำหรับปัญหาหมอกควันด้านสิ่งแวดล้อมประสบปัญหาอยู่บ้าง เนื่องจากมีผู้ประกอบการมาตั้งโรงไหมหินและโรงงานคัดแยกทรายในเขตพื้นที่ เหตุดังกล่าวจึงส่งผลกระทบต่อคุณภาพของน้ำในคลองละงูและคุณภาพอากาศในละแวกโรงงาน

2.1.4 สภาพเศรษฐกิจ

สภาพเศรษฐกิจขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาขามประชากรมีฐานะทางรอบครัวอยู่ในเกณฑ์พอใช้ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตร เช่นสวนยางพารา ปาล์มน้ำมัน ทำนาทำไร่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังประกอบอาชีพเสริม เช่น ทำขนม ช่างเสริมสวย ช่างตัดเย็บเสื้อผ้า ช่างก่อสร้าง ปลูกผักสวนครัว เลี้ยงไก่ไข่ ไก่เนื้อ เลี้ยงแพะ ไก่ชน การปลูกผักผลไม้มีเกือบทุกชนิด เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ส้มโอ ขนุน ส้มโชกุน เป็นต้น ส่วนอาชีพค้าขายมีอยู่โดยทั่วไปทุกหมู่บ้านส่วนใหญ่เป็นร้านขายของชำ

2.1.5 ขนบธรรมเนียมประเพณี

การติดต่อสื่อสารใช้ภาษาไทยกลางและภาษาไทยปักษ์ใต้ แต่ยังมีภาษามลายูท้องถิ่นเข้ามาปนอยู่มากพอสมควร กิจกรรมที่ปรากฏจนเป็นประเพณี เช่น การแข่งขันกีฬาตำบล กีฬาเยาวชน ส่วนการละเล่นอื่น ๆ ไม่ค่อยปรากฏให้เห็นเด่นชัด ประเพณีที่สำคัญที่ยึดถือปฏิบัติที่สืบทอดกันมา ได้แก่ ประเพณีการแต่งงาน ประเพณีเข้าสู่นัด ประเพณีวันฮารีรายอ วันเมาลิด เทศกาลถือศีลอดในเดือนรอมฎอน การเลี้ยงทำบุญต่าง ๆ (นูหรี) เพื่อเป็นการอุทิศส่วนกุศลให้แก่บรรพบุรุษที่เสียชีวิตไปแล้วและเป็นการสร้างบุญกุศลของผู้ประกอบกิจกรรมดังกล่าว

2.1.6 ตลาดนานาจีโอพาร์ค

ตลาดนานาจีโอพาร์ค” ตั้งอยู่ที่บ้านนาข่าเหนือ หมู่ 4 ต.เขาขาว อ.ละงู จ.สตูล เป็นตลาดนัดวัฒนธรรมที่จัดตั้งขึ้นจากความร่วมมือกันระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว ชาวบ้านในชุมชน และคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ที่ร่วมกันผลักดันให้เป็น “ตำบลเขาขาวโมเดล” ที่มีความหลากหลายทั้งทรัพยากรธรรมชาติยุคทะเลตึกดำบรรพ์ในถ้ำทะเล โดยมีพิธีเปิดตลาดเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2564 มีการขายสินค้าแปรรูปเกษตรของชุมชน เช่น กาแฟโบราณ สบู่กาแฟ ข้าวกล้องเขาขาว กระจับปี่แบรคิโอพอด เนื้อสมุนไพร และตุ๊กตาใส่ผ้าปาเต๊ะเป็นแฟชั่นมุสลิม เป็นต้น ภายในตลาดมีกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตคนในชุมชน เช่น การเลี้ยงผึ้งโพรง การทำว้าวโต๊ะโหว และมีบริการนวดสปาสุขภาพ



ภาพที่ 2 - 1 ตลาดนานาสตุลจีโอพาร์ค

ที่มา : (ตลาดนานาสตุล Nana Satun Market, 2564)

2) การจัดอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค

- เตรียมเจลล้างมือที่มีแอลกอฮอล์อย่างน้อย 70% ขึ้นไป ไว้ในบริเวณพื้นที่ส่วนกลาง เช่น จุดประชาสัมพันธ์ ประตูทางเข้า - ออก หรือหน้าลิฟท์ เป็นต้น
- บริเวณอ่างล้างมือและห้องสุขาต้องสะอาด และจัดให้มีสบู่ล้างมืออย่างเพียงพอ
- จัดเตรียมอุปกรณ์น้ำยาทำความสะอาดอาคาร อุปกรณ์ สิ่งของ เครื่องใช้ เช่น น้ำยาทำความสะอาดพื้น น้ำยาล้างห้องน้ำ และเหล็กคีบด้ามยาวสำหรับเก็บขยะมูลฝอย เป็นต้น

3) การป้องกันสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน

- ผู้ปฏิบัติงานที่มีความเสี่ยงต่อการสัมผัสสัมผัส เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานประชาสัมพันธ์ พนักงานยกกระเป๋า รวมถึงพนักงานทำความสะอาด เป็นต้น ต้องมีการป้องกันตนเอง โดยใส่หน้ากากอนามัย ทำความสะอาดมืออย่างสม่ำเสมอ หลีกเลี่ยงการใช้มือสัมผัสใบหน้า ตา ปาก จมูก โดยไม่จำเป็น และพนักงานทำความสะอาด ต้องสวมถุงมือขณะปฏิบัติงาน
- หากผู้ปฏิบัติงานมีอาการเจ็บป่วย เช่น มีไข้ ไอ จาม เจ็บคอ มีน้ำมูก เหนื่อยหอบ ให้หยุดปฏิบัติงานและเข้ารับการรักษาทันทีในสถานบริการสาธารณสุข
- ต้องล้างมือด้วยสบู่และน้ำ หรือใช้เจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมืออย่างสม่ำเสมอ ก่อนการปฏิบัติงาน หลังสัมผัสสิ่งสกปรก หลังจากถอดอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล และหลังจากปฏิบัติงานเสร็จ
- ควรจัดให้มีป้ายเตือนการล้างมือภายในห้องน้ำ
- พนักงานเก็บรวบรวมขยะมูลฝอยต้องมีการป้องกันตนเอง โดยสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย สวมถุงมือยาง ผ้ายางกันเปื้อน และใช้เหล็กคีบด้ามยาวเก็บขยะใส่ถุงมัดปากถุงให้มิดชิดรวบรวมไว้ที่พักขยะ และล้างมือให้สะอาดด้วยสบู่และน้ำหลังปฏิบัติงานทุกครั้ง
- มีการให้ความรู้คำแนะนำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์
- จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์ หรือช่องทางให้ความรู้ในการป้องกันและการลดความเสี่ยงการแพร่กระจายเชื้อไวรัส COVID-19 ให้กับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานและผู้รับบริการ เช่น วิธีการสังเกตผู้สงสัยติดเชื้อไวรัส COVID-19 คำแนะนำการปฏิบัติตัวที่ถูกต้อง

2.3.2 มาตรฐานความปลอดภัยตามประเภทกิจการ

จากสถานประกอบการทั้ง 10 ประเภท ที่สามารถเข้าร่วมโครงการมาตรฐาน SHA ต้องมีมาตรฐานความปลอดภัย จำแนกตามประเภทกิจการได้ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

ประเภทสถานประกอบการ	มาตรฐานความปลอดภัย
1. ภัตตาคาร ร้านอาหาร สตรีทฟู้ด	- จัดให้มีทางเข้า - ออกทางเดียวสำหรับผู้รับบริการ ในกรณีที่มีทาง เข้า - ออกหลายทางต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทาง
	- จัดให้มีการตรวจวัดอุณหภูมิของพนักงานและผู้รับบริการทุกครั้ง และทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง
	- บันทึกรประวัติพนักงานและประวัติการเดินทาง
	- อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น

ประสบการณ์หรือความรู้เดิมว่าสิ่งเร้านั้นคืออะไร นอกจากนี้แล้วสิ่งที่จะต้องพิจารณาเพิ่มเติมนอกจากกระบวนการรับรู้ที่นำไปสู่การแปลความหมายแล้ว ต้องพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ ซึ่งได้แก่ ผู้รับรู้ เป้าหมายที่จะรับรู้ และบริบทหรือสถานการณ์ของการรับรู้

วิเชียร วิทย์อุดม, 2550 กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ซึ่งการรับรู้ของบุคคลมีความแตกต่างกัน แม้ว่าจะเห็นสิ่งเดียวกันแต่มีการรับรู้ที่แตกต่างกันได้ขึ้นกับปัจจัยและสิ่งที่ก่อให้เกิดภาพการรับรู้ที่ส่งผลให้การรับรู้ที่บิดเบือนและไม่ตรงกับความเป็นจริง ปัจจัยเหล่านี้สามารถเกิดจากภายในผู้รับรู้ เป้าหมายการรับรู้ และเนื้อหารายละเอียดของสถานการณ์ที่มีการรับรู้ ดังนี้

1) ผู้รับรู้ บุคคลมองดูเป้าหมายและพยายามแปลความหมายของสิ่งที่เห็น การแปลความหมายนั้นได้รับอิทธิพลอย่างมากจากอุปนิสัยส่วนตัวของบุคคลที่เป็นผู้รับรู้ รวมถึงปัจจัยเกี่ยวกับทัศนคติ แรงจูงใจ ความสนใจ ประสบการณ์ที่ผ่านมา และความคาดหวัง

2) เป้าหมายของการรับรู้ ลักษณะของเป้าหมายที่ถูกมอง จะกระทบกับการรับรู้ของเรา เป้าหมายสามารถกระทบต่อการรับรู้ได้ เพราะเป้าหมายไม่ได้ถูกมองในสภาพที่แยกออกมาจากสิ่งอื่น ๆ สัมพันธ์ภาพของเป้าหมายกับปัจจัยที่อยู่เบื้องหลัง หรือภูมิหลัง มีอิทธิพลต่อการรับรู้

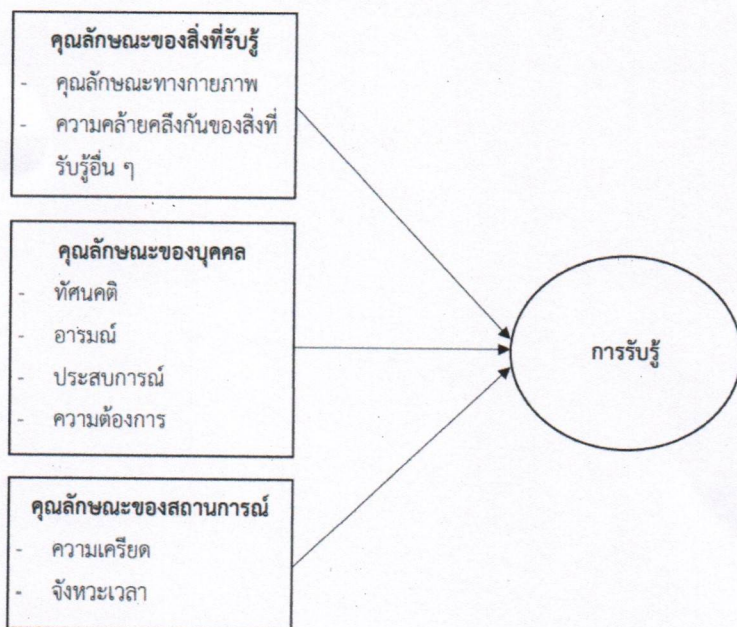
3) สถานการณ์ของการรับรู้ สิ่งแวดล้อมในขณะที่มองเห็นภาพและเหตุการณ์นั้น ๆ เป็นสิ่งสำคัญ ทั้งที่เป็นผู้รับรู้หรือเป้าหมายจะเป็นสิ่งเดิมที่ไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลง แต่สถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ก็มีอิทธิพลต่อการรับรู้ที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

สิทธิโชค วรรณสันติกุล (2546) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ทางสังคมนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ปัจจัย ดังนี้

1) ลักษณะประจำตัวของบุคคลเป็นสิ่งเร้า ลักษณะประจำตัวของบุคคลมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้อื่นเป็นอย่างมาก เช่น บุคคลที่มีบุคลิกภาพภายนอกดึงดูดใจเป็นอย่างมากจะสามารถสร้างความประทับใจต่อผู้พบเห็นได้โดยง่าย

2) สถานการณ์แวดล้อมของบุคคลที่เป็นสิ่งเร้า การรับรู้ทางสังคมของบุคคลได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมหรือสถานการณ์แวดล้อมด้วยเช่นกัน เช่น แม้ว่าสิ่งเร้านั้นจะมีความสวยงามแต่หากอยู่ในสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่น่ากลัว แทนที่บุคคลจะรู้สึกประทับใจก็จะมีรู้สึกหวาดกลัว เช่น คนที่หน้าตาสวยแต่ไปอยู่ในป่าช้ามืด ๆ ยืนอยู่คนเดียวแทนที่คนที่พบเห็นจะรู้สึกชื่นชมก็จะเกิดความรู้สึกหวาดกลัวแทน

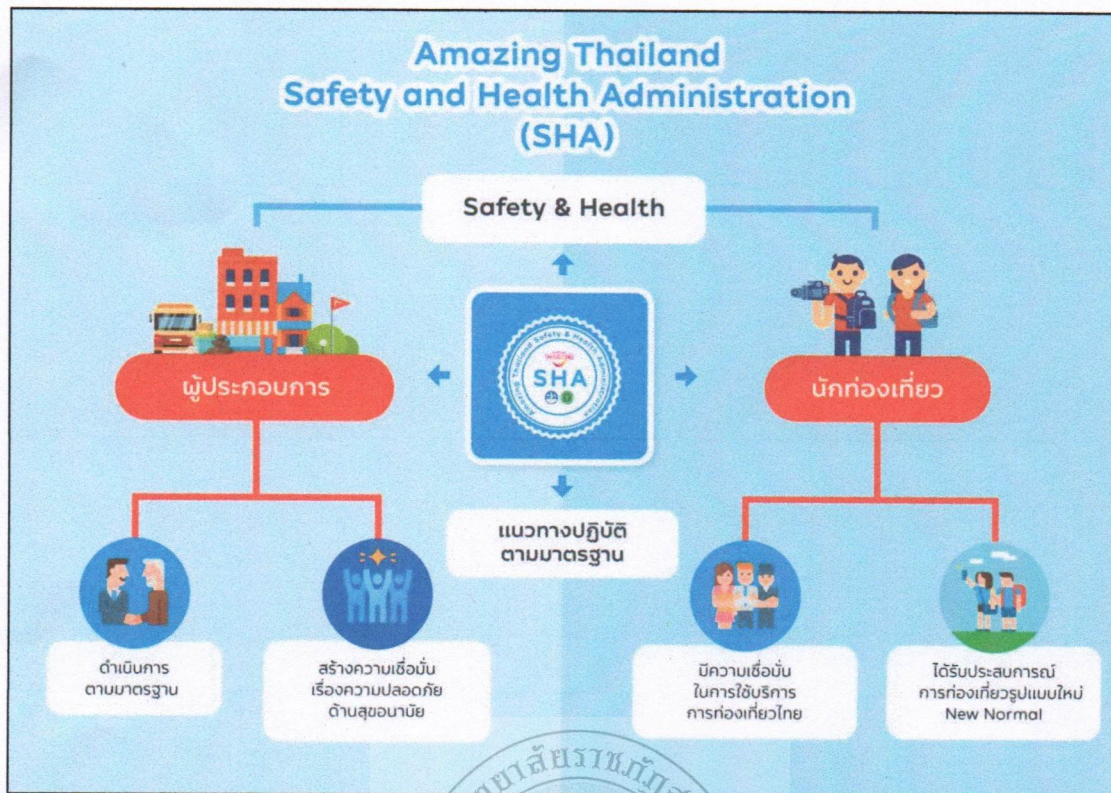
3) คุณลักษณะผู้รับรู้ เนื่องจากบุคคลมีความแตกต่างกัน คุณลักษณะของผู้รับรู้จึงเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลให้การรับรู้ต่างกันได้ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้รับรู้ เช่น ทัศนคติ แรงจูงใจ ความสนใจ ประสบการณ์ ความต้องการ



ภาพที่ 2-3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล
ที่มา : Hugh J. Arnold & Daniel C. Feldman อ้างถึงใน ภาวดี เทพคายน (2564)

2.3 มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA)

Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) เป็นโครงการความร่วมมือของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรคทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย จากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุข ผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพ ของสถานประกอบการเพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 และยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทย

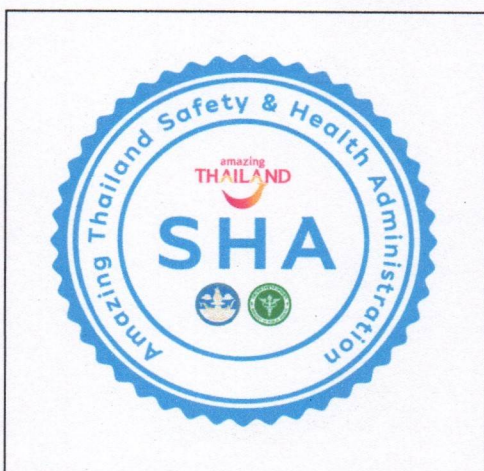


ภาพที่ 2 - 4 แนวทางการดำเนินงานตามโครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA)

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นผู้ทำหน้าที่ควบคุมการออกตราสัญลักษณ์ โดยมีการระบุหมายเลขของตราสัญลักษณ์ SHA ให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อบันทึกเป็นฐานข้อมูลรายชื่อผู้ประกอบการที่ได้รับตราสัญลักษณ์ SHA ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถเฟิกถอน ตราสัญลักษณ์ SHA ได้ในกรณีผู้ประกอบการไม่สามารถรักษามาตรฐานให้เป็นไปตามมาตรฐาน SHA (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) โดยกิจการที่สามารถขอรับมาตรฐานและสัญลักษณ์ SHA มี 10 ประเภทกิจการ ดังนี้

- 1) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร / Street Food
- 2) โรงแรม/ที่พัก และโฮมสเตย์
- 3) นันทนาการและสถานที่ท่องเที่ยว / ชุมชน
- 4) ยานพาหนะ
- 5) บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
- 6) สุขภาพและความงาม
- 7) ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า
- 8) กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว
- 9) การจัดกิจกรรม / การประชุม / โรงละคร / โรงมหรสพ
- 10) ร้านค้าของที่ระลึกและร้านค้าอื่นๆ



ภาพที่ 2 - 5 ตราสัญลักษณ์ SHA

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563)

สถานประกอบการใดได้รับตราสัญลักษณ์ SHA สามารถใช้ตรา Safe Travels ควบคู่กับมาตรฐาน SHA ในการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดได้ ทั้งนี้เนื่องจากสมาคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก (World Travel & Tourism Council : WTTC) ได้ให้การรับรองมาตรฐาน SHA ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดของ Safe Travels

มาตรฐานเบื้องต้นจากกรมควบคุมโรคของทุกสถานประกอบการ มี 3 องค์ประกอบ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2563) คือ

- 1) สุขลักษณะอาคารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีอยู่ในอาคาร
- 2) การจัดอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค
- 3) การป้องกันสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน

2.3.1 แนวทางความปลอดภัยด้านสาธารณสุขตามมาตรฐาน SHA

มาตรฐานความปลอดภัยเบื้องต้นของทุกสถานประกอบการดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

- 1) สุขลักษณะอาคารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีอยู่ในอาคาร

- การทำความสะอาดอาคาร บริเวณโดยรอบ และบริเวณที่อาจปนเปื้อนหรือบริเวณที่มีการสัมผัสบ่อย ๆ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ เช่น พื้น ผนัง กลอนหรือลูกบิดประตู จะชำระเงิน เป็นต้น

- ทำความสะอาดห้องสุขาหรือสุขภัณฑ์ทั้งหมดให้สะอาด ด้วยน้ำยาทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ พร้อมใช้งานตลอดเวลา เพียงพอและปลอดภัยแก่ผู้ใช้บริการทุกเพศทุกวัย รวมถึงผู้พิการหรือผู้มีปัญหาด้านสุขภาพ

- มีระบบการระบายอากาศและถ่ายเทอากาศภายในอาคารที่เหมาะสม โดยทำความสะอาด ระบบการระบายอากาศและถ่ายเทอากาศอย่างสม่ำเสมอ

2) การจัดอุปกรณ์ทำความสะอาดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรค

- เตรียมเจลล้างมือที่มีแอลกอฮอล์อย่างน้อย 70% ขึ้นไป ไว้ในบริเวณพื้นที่ส่วนกลาง เช่น จุดประชาสัมพันธ์ ประตูทางเข้า - ออก หรือหน้าลิฟท์ เป็นต้น
- บริเวณอ่างล้างมือและห้องสุขาต้องสะอาด และจัดให้มีสบู่ล้างมืออย่างเพียงพอ
- จัดเตรียมอุปกรณ์น้ำยาทำความสะอาดอาคาร อุปกรณ์ สิ่งของ เครื่องใช้ เช่น น้ำยาทำความสะอาดพื้น น้ำยาล้างห้องน้ำ และเหล็กคีบด้ามยาวสำหรับเก็บขยะมูลฝอย เป็นต้น

3) การป้องกันสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน

- ผู้ปฏิบัติงานที่มีความเสี่ยงต่อการรับสัมผัส เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานประชาสัมพันธ์ พนักงานยกกระเป๋า รวมถึงพนักงานทำความสะอาด เป็นต้น ต้องมีการป้องกันตนเอง โดยใส่หน้ากากอนามัย ทำความสะอาดมืออย่างสม่ำเสมอ หลีกเลี่ยงการใช้มือสัมผัสใบหน้า ตา ปาก จมูก โดยไม่จำเป็น และพนักงานทำความสะอาด ต้องสวมถุงมือขณะปฏิบัติงาน
- หากผู้ปฏิบัติงานมีอาการเจ็บป่วย เช่น มีไข้ ไอ จาม เจ็บคอ มีน้ำมูก เหนื่อยหอบ ให้หยุดปฏิบัติงานและเข้ารับการรักษาตัวในสถานบริการสาธารณสุข
- ต้องล้างมือด้วยสบู่และน้ำ หรือใช้เจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมืออย่างสม่ำเสมอ ก่อนการปฏิบัติงาน หลังสัมผัสสิ่งสกปรก หลังจากถอดอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล และหลังจากปฏิบัติงานเสร็จ
- ควรจัดให้มีป้ายเตือนการล้างมือภายในห้องน้ำ
- พนักงานเก็บรวบรวมขยะมูลฝอยต้องมีการป้องกันตนเอง โดยสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย สวมถุงมือยาง ผ้ายางกันเปื้อน และใช้เหล็กคีบด้ามยาวเก็บขยะใส่ถุงมัดปากถุงให้มิดชิดรวบรวมไว้ที่ที่ขยะ และล้างมือให้สะอาดด้วยสบู่และน้ำหลังปฏิบัติงานทุกครั้ง
- มีการให้ความรู้คำแนะนำ และเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์
- จัดหาสื่อประชาสัมพันธ์ หรือช่องทางให้ความรู้ในการป้องกันและการลดความเสี่ยงการแพร่กระจายเชื้อไวรัส COVID-19 ให้กับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานและผู้รับบริการ เช่น วิธีการสังเกตผู้สงสัยติดเชื้อไวรัส COVID-19 คำแนะนำการปฏิบัติตัวที่ถูกต้อง

2.3.2 มาตรฐานความปลอดภัยตามประเภทกิจการ

จากสถานประกอบการทั้ง 10 ประเภท ที่สามารถเข้าร่วมโครงการมาตรฐาน SHA ต้องมีมาตรฐานความปลอดภัย จำแนกตามประเภทกิจการได้ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

ประเภทสถานประกอบการ	มาตรฐานความปลอดภัย
1. ภัตตาคาร ร้านอาหาร สตรีทฟู้ด	- จัดให้มีทางเข้า - ออกทางเดียวสำหรับผู้รับบริการ ในกรณีที่มีทาง เข้า - ออกหลายทางต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทาง
	- จัดให้มีการตรวจวัดอุณหภูมิของพนักงานและผู้รับบริการทุกครั้ง และทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง
	- บันทึกประวัติพนักงานและประวัติการเดินทาง
	- อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น

	<p>ขนาด ปลอกหมอน ทุกครั้งที่ให้บริการเสร็จสิ้น</p> <ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มระดับความเข้มข้นของน้ำยาทำความสะอาด โดยอ้างอิงจากคู่มือและคำแนะนำของผู้ผลิตน้ำยาทำความสะอาดให้สามารถกำจัดเชื้อไวรัสได้ - มีการกำจัดขยะ ของเสีย กระดาษชำระ และหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้ว อย่างเหมาะสม - การให้บริการรายหัตถการต่าง ๆ ควรแยกห้อง หรือจัดให้มีฉากกั้นระหว่างผู้ใช้บริการ ห้องละ 1 คน - จำกัดจำนวนผู้ใช้บริการให้เหมาะสมกับความสามารถในการรองรับของสถานประกอบการ - ภาชนะเครื่องดื่ม ภาชนะใส่ของว่างและผ้าเปียกที่ให้บริการ ก่อนและหลังรับบริการ ให้ทำความสะอาดด้วยน้ำยาทำความสะอาดและจัดเก็บอย่างเหมาะสม - อาหารทุกชนิด เช่น ผลไม้ เครื่องดื่ม และของว่างต่าง ๆ ต้องห่อหุ้มด้วยพลาสติกคลุมอาหาร อาหารที่เหลือจะต้องทิ้งเพื่อหลีกเลี่ยงการปนเปื้อน - จัดให้มีระบบการจองนัดหรือจองคิว ซึ่งมีการกำหนดเวลาเพื่อไม่ให้ไม่ต้องมารอรับบริการ - มีบริการชำระเงินที่ปลอดภัยเพื่อลดปริมาณการพูดคุย สัมผัสระหว่างผู้ใช้บริการและผู้รับบริการ - สื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ ในการลดความเสี่ยงและป้องกันโรคติดต่อ COVID-19 - มีการจัดเตรียมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย และเจลแอลกอฮอล์ไว้บริการอย่างเพียงพอ
<p>7. ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้า</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีทางเข้า – ออกทางเดียวสำหรับผู้รับบริการ ในกรณีที่มีทาง เข้า – ออกหลายทางต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทาง - จัดให้มีการตรวจวัดอุณหภูมิของพนักงานและผู้รับบริการทุกครั้ง และทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง - บันทึกประวัติพนักงานและประวัติการเดินทาง - จัดให้มีการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร เช่น จุดประชาสัมพันธ์ จุดลงทะเบียน จุดชำระค่าบริการ เป็นต้น - จัดให้มีพรมเช็ดเท้าฆ่าเชื้อที่ประตูทางเข้า - จัดให้มีที่ล้างมือด้วยน้ำและสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมือไว้บริการ - ส่วนให้บริการอาหารและเครื่องดื่มให้ปฏิบัติตามข้อปฏิบัติของร้านอาหาร และจัดที่นั่งห่างกันอย่างน้อย 1 เมตร - ทำความสะอาดตามจุดต่าง ๆ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ เช่น ห้องลงชุด ห้องน้ำ เคาน์เตอร์แคชเชียร์ รถเข็น พื้นที่ใน

	<p>ซูเปอร์ มาร์เก็ต ทุกชั่วโมง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทำความสะอาดด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อบัตรศูนย์อาหาร/บัตรจอตรก่อนและหลังใช้ - มีเส้นทางหรือแนวบอกเส้นทางอย่างชัดเจนในการเข้าใช้บริการ เช่น การตีเส้นสีที่พื้นให้มีสีแตกต่างกันตามชนิดการให้บริการ หรือจุดสีแสดงระยะยืนห่าง เป็นต้น - มีบริการอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อใช้กดลิฟท์ให้แก่พนักงานและลูกค้า หรือมีพนักงานบริการกดลิฟท์ - จัดให้มีระบบระบายอากาศ ติดตั้งและดูแลระบบการหมุนเวียน และมีการไหลเวียนของอากาศภายในอาคารที่ได้มาตรฐาน เพื่อไม่ให้เป็นแหล่งสะสมเชื้อไวรัสได้ - สื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ ในการลดความเสี่ยงและป้องกันโรคติดต่อ COVID-19 - มีการกำจัดขยะ ของเสีย กระดาษชำระ และหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้ว อย่างเหมาะสม - มีบริการชำระเงินที่ปลอดภัยเพื่อลดปริมาณการพูดคุย สัมผัสระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ - จำกัดจำนวนผู้ให้บริการให้เหมาะสมกับความสามารถในการรองรับของสถานประกอบการ
8. กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว (กอล์ฟ)	<ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีการตรวจวัดอุณหภูมิของพนักงานและผู้รับบริการทุกครั้ง และทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง - จัดพื้นที่ในการลงทะเบียนของผู้รับบริการทุกครั้ง เพื่อกรอกข้อมูล ต่าง ๆ เช่น ชื่อ - นามสกุล เบอร์ติดต่อ วันที่เข้ารับบริการและช่วงเวลา เป็นต้น - ทำความสะอาดในคลับเฮ้าส์และล็อกเกอร์ (ถ้ามีบริการ) ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ - มีบริการเจลแอลกอฮอล์ทำความสะอาดมือไว้ให้บริการตามจุดต่าง ๆ อย่างเพียงพอ - ทำความสะอาด ตามซุ้มน้ำ ห้องน้ำ และจุดต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ - ทำความสะอาดรถกอล์ฟทั้งก่อนและหลังให้บริการทุกครั้ง รวมถึงลูกกอล์ฟในสนามฝึกซ้อม - จัดเตรียมจุดกำจัดขยะ ของเสีย หน้ากากอนามัย และถุงมืออนามัยที่ใช้แล้วอย่างเหมาะสมตามจุดต่าง ๆ ของสนาม - สนามที่มีสนามฝึกซ้อมควรเว้นระยะห่างของช่องให้บริการอย่างน้อย 2 เมตร - ห้องอาหารจัดเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะ อย่างน้อย 2 เมตร
9. การจัดกิจกรรม/จัดประชุม/	<ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีทางเข้า - ออกทางเดียวสำหรับผู้รับบริการ ในกรณีที่มี

<p>โรงละคร/โรงมหรสพ</p>	<p>ทาง เข้า - ออกหลายทางต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทาง</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดให้มีการตรวจวัดอุณหภูมิของพนักงานและผู้รับบริการทุกครั้ง และทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง - บันทึกประวัติพนักงานและประวัติการเดินทาง - จัดให้มีที่ล้างมือด้วยน้ำและสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมือไว้บริการ - จำกัดจำนวนผู้รับบริการ จัดพื้นที่รอคิว และต้องมีระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร - จัดให้มีระบบการจองบัตรเข้าชมเพื่อลดความแออัดในการซื้อบัตรเข้าชมหน้างาน - เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลในการรับชมการแสดง โดยจัดที่นั่งเว้นระยะห่างที่เว้นที่ - จัดให้มีระบบระบายอากาศ ติดตั้งและดูแลระบบการหมุนเวียน และมีการไหลเวียนของอากาศภายในอาคารที่ได้มาตรฐาน เพื่อไม่ให้เป็นแหล่งสะสมเชื้อไวรัสได้ - มีเส้นทางหรือแนวบอกเส้นทางอย่างชัดเจนในการเข้าใช้บริการ เช่น การตีเส้นสีที่พื้น หรือจุดสีแสดงระยะยืนห่าง เป็นต้น - อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น - งดเว้นรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อลดความเสี่ยงจากการแพร่เชื้อ - ทำความสะอาดสถานที่ และจุดสัมผัสร่วมด้วยน้ำยาฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอทุก 2 ชั่วโมง เช่น ที่จับประตู ห้องน้ำ จุดประชาสัมพันธ์ จุดจำหน่ายตั๋ว ปุ่มกดลิฟท์ เป็นต้น - ทำความสะอาดเครื่องเล่น และอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้านหน้าโรงมหรสพ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ - ทำความสะอาดและฆ่าเชื้อแบคทีเรียและไวรัส ภายในโรงมหรสพหลังสิ้นสุดการแสดง - มีมาตรการตรวจสอบความสะอาดของโรงมหรสพ โดยกำหนดผู้รับผิดชอบในการตรวจสอบที่ชัดเจน มีระบบรายงานและติดตามแสดงให้รับทราบ - นำเทคโนโลยีมาสนับสนุนการให้ข้อมูลในการแสดงทดแทนใช้สื่อสิ่งพิมพ์ - มีการกำจัดขยะ ของเสีย กระจาดาชชำระ และหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้ว อย่างเหมาะสม - มีบริการชำระเงินที่ปลอดภัยเพื่อลดปริมาณการพูดคุย สัมผัสระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ
-------------------------	--

	- สื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ ในการลดความเสี่ยงและป้องกันโรคติดต่อ COVID-19
10. ร้านค้าของที่ระลึก	- จัดให้มีทางเข้า – ออกทางเดียวสำหรับผู้รับบริการ ในกรณีที่มีทาง เข้า – ออกหลายทางต้องมีจุดคัดกรองทุกเส้นทาง
	- จัดให้มีการตรวจวัดอุณหภูมิของพนักงานและผู้รับบริการทุกครั้ง และทำสัญลักษณ์ให้กับผู้ที่ผ่านการคัดกรอง
	- บันทึกประวัติพนักงานและประวัติการเดินทาง
	- อนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น
	- จัดให้มีที่ล้างมือด้วยน้ำและสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมือไว้บริการ
	- จำกัดจำนวนผู้รับบริการ จัดพื้นที่รอคิว และต้องมีระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร
	- เพิ่มความถี่ในการทำความสะอาด โดยเฉพาะจุดสัมผัสร่วมอย่างน้อยทุก 2 ชั่วโมง เช่น ที่จับประตู ห้องน้ำ เป็นต้น
	- จัดให้มีระบบระบายอากาศ ติดตั้งและดูแลระบบการหมุนเวียน และมีการไหลเวียนของอากาศภายในอาคารที่ได้มาตรฐาน เพื่อไม่ให้เป็นแหล่งสะสมเชื้อไวรัสได้
	- มีการกำจัดขยะ ของเสีย กระดาษชำระ และหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้ว อย่างเหมาะสม
	- มีบริการชำระเงินที่ปลอดภัยเพื่อลดปริมาณการพูดคุย สัมผัสระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ
- สื่อสารให้ความรู้ข้อแนะนำในช่องทางต่าง ๆ ในการลดความเสี่ยงและป้องกันโรคติดต่อ COVID-19	

2.3.3 การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสถานประกอบการที่ได้รับมาตรฐาน

SHA

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินการตามมาตรฐาน SHA ของสถานประกอบการ โดยมีประเด็นคำถามดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

- มาตรฐานสุขอนามัย (มีจุดคัดกรองเพื่อตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่หรือเจลล้างมือแอลกอฮอล์อย่างเพียงพอ)
- ผู้ให้บริการ/พนักงาน (มีการใส่หน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าหรือใส่หน้ากากอนามัย พร้อม Face Shield หมวกคลุมผม ถุงมือยางขณะปฏิบัติงาน เป็นต้น)
- สถานที่/อุปกรณ์พื้นฐานที่ใช้ในอาคารมีความสะอาด(เช่น พื้น ผนัง ประตู กลอน ลูกบิด ราวบันได ห้องสุขา อ่างล้างมือ ก๊อกน้ำมีความ

สะอาด และภายในอาคารมีการระบายอากาศ การถ่ายเทอากาศที่ดี เป็นต้น)

- มีการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลที่มาใช้บริการ และมีมาตรการลดความแออัด เช่น การจำกัดคนเข้ารับบริการ
- มีพนักงานหรือมีสื่อประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ คำแนะนำในการปฏิบัติตัวที่ถูกวิธี เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงการแพร่กระจายของโรคโควิด 19
- ท่านยอมรับมาตรฐาน SHA ในฐานะเป็นเครื่องหมายรับรองความปลอดภัยด้านสุขอนามัย

2.4 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดารณี อาจหาญ และคณะ (2565) ศึกษาการยกระดับมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พิกชุมชนวัฒนธรรมยั่งยืนหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจแนวทางการจัดการมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของพิกชุมชนวัฒนธรรม ตามหลักเกณฑ์ด้านสาธารณสุขการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อหาข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่นำไปสู่การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 22 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ตัวแทนชุมชนโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA จำนวน 11 คน เจ้าหน้าที่องค์กรสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) จำนวน 5 คน และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่มีความรู้เกี่ยวกับการประเมินมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 6 คน การวิจัยนี้เพื่อสังเคราะห์ให้ได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎีและเสนอแนวปฏิบัติมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration : SHA) ในการยกระดับการท่องเที่ยวที่พิกชุมชนวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า 1) รับรู้ถึงประโยชน์และความสำคัญของการปรับปรุงมาตรฐานเกณฑ์ด้านความสะอาดและสุขอนามัย 2) แนวปฏิบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่พิกชุมชนวัฒนธรรมมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยป้องกันเชื้อโควิด-19 3) ยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นการกำหนดหลักเกณฑ์แนวปฏิบัติการดำเนินงานของพิกชุมชนสัมพันธ์วัฒนธรรมในการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยววิถีใหม่

สยามภู พิเชษฐนาวิน (2564) ศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายในสถานการณ์โควิด-19 จำนวน 160 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านทางออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อ

เดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จากการศึกษาพบว่า แรงจูงใจด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 อย่างไรก็ตามตลาดน้ำดอนหวายควรต้องรักษาภาพลักษณ์ที่ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจต่อสินค้าและบริการในด้านต่าง ๆ ต่อไป แรงจูงใจด้านการจัดการมาตรฐานสาธารณสุข ไม่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 แม้ว่าตลาดน้ำดอนหวายได้ปฏิบัติในด้านสาธารณสุขตามมาตรฐาน SHA อันเป็นมาตรการเบื้องต้นที่เพียงพอสำหรับสถานการณ์โควิด-19 ดังนั้นการเพิ่มมาตรการที่เข้มงวดกว่าปกติอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกในการท่องเที่ยวเท่าที่ควรแรงจูงใจด้านมาตรการช่วยเหลือประชาชนจากรัฐบาล มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติดังเช่น โครงการ “คนละครึ่ง” ที่สามารถช่วยเหลือประชาชนในทุกกลุ่มอาชีพและเป็นการช่วยเหลือประชาชนในระดับฐานรากได้อย่างแท้จริง ในสถานการณ์ที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

จิราภรณ์ บุญยั้ง และพินิตา นิลอรุณ (2564) ประเมินมาตรฐานด้านสุขอนามัยของวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมด้านสุขอนามัยของวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการประเมินมาตรฐานด้านสุขอนามัยของวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดสมุทรสงคราม การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบวิธีวิจัยแบบผสมผสานประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้มาจากผู้ประกอบการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดสมุทรสงคราม และผู้ปฏิบัติการในสถานประกอบการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ประกอบการวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 20 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.75 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.0 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 52.50 ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.0 อาชีพผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 35.50 มีรายได้ต่อเดือนที่ 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.50 2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีการจำกัดจำนวนผู้รับบริการ จัดพื้นที่รอคิว และต้องมีระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร เป็นลำดับแรก คิดเป็นร้อยละ 96.50 รองลงมา โดยอนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 93.75 และจัดให้มีทางเข้า-ออกทางเดียว สำหรับผู้รับบริการ คิดเป็นร้อยละ 92.50 3) การประเมินมาตรฐานด้านสุขอนามัยของวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน มีค่าอยู่ในระดับมาก

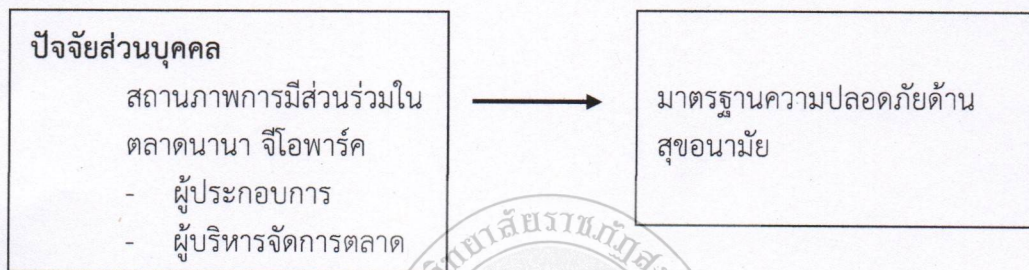
บุรดา ปัญญารักษ์ และรัชพงษ์ วงศาโรจน์ (2561) ศึกษาภาพลักษณ์ความปลอดภัยและการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 2) เปรียบเทียบการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป



มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน Independent Samples t-test และ One-way ANOVA ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างก็มีภาพลักษณ์ความปลอดภัยในภาพรวมไม่ต่างกัน แต่หากพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีภาพลักษณ์ความปลอดภัยในรายด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 2) นักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระที่มีสถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยในภาพรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 กรอบแนวคิดวิจัย



363.7
๑๖๙

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดนานาสตุลจีโอพาร์ค ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล เพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดนานาสตุลจีโอพาร์ค ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล จำนวน 50 คน โดยเป็นผู้บริหารจัดการตลาด 12 คน และผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าในตลาดนานา จำนวน 38 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากการศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพการมีส่วนร่วมในตลาดนานา การรับการฉีดวัคซีน Covid มีคำตอบให้เลือกตอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณา 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด สอบถามระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ของตลาดนานา สตุลจีโอพาร์ค ตามเกณฑ์มาตรฐานของร้านอาหาร/ สตรีทฟู้ด สปานวดเพื่อสุขภาพ และร้านค้าร้านของที่ระลึกต่าง ๆ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้ขอความร่วมมือในการส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว และประธานตลาดนานา จีโอพาร์ค เพื่อส่งให้กับกลุ่มประชากร ได้แก่ ผู้บริหารจัดการ

ตลาด ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว และผู้นำชุมชน จำนวน 12 คน และผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค จำนวน 38 คน และได้รับกลับคืนมาจำนวน 50 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปโดยทำการวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

3.4.1 วิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพการมีส่วนร่วมในตลาดนานา การรับการฉีดวัคซีน Covid ด้วยการวิเคราะห์ค่าความถี่และร้อยละ

3.4.2 วิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ระดับการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ด้วยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำค่ามาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ดังนี้

4.50 - 5.00 หมายถึงระดับความพึงพอใจ มากที่สุด

3.50 - 4.49 หมายถึงระดับความพึงพอใจ มาก

2.50 - 3.49 หมายถึงระดับความพึงพอใจ ปานกลาง

1.50 - 2.49 หมายถึงระดับความพึงพอใจ น้อย

1.00 - 1.49 หมายถึงระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด

3.4.3 วิเคราะห์เปรียบเทียบกับกรรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด โดยใช้สถิติ T-test

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้และการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นโปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้มีดังนี้

3.5.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage)

$$\text{สูตร ร้อยละ} = \frac{N \times 100}{Na}$$

เมื่อ N = จำนวนที่ต้องการเปรียบเทียบ

Na = จำนวนเต็ม

3.5.2 การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) มีสูตรดังนี้

สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ \bar{X} = ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

$\sum X$ = ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่กับคะแนน

n = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

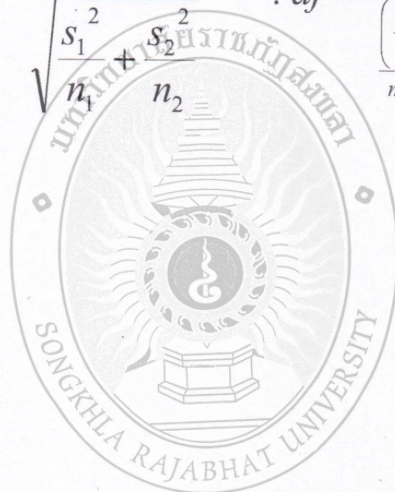
3.5.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร

$$\begin{aligned} \text{สูตร } S.D. &= \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}} \\ \text{เมื่อ } S.D. &= \text{ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน} \\ \sum x^2 &= \text{ผลรวมของกำลังสองของคะแนนทั้งหมด} \\ (\sum x)^2 &= \text{ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง} \\ n &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \end{aligned}$$

3.5.4 ทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดโดยใช้การทดสอบค่าที (t-test) โดยใช้สูตรดังนี้

สูตร

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}} : df = \frac{\left(\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}\right)^2}{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}$$



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดนานาสตูลจีโอพาร์ค ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ นำไปเป็นข้อมูลในการจัดอบรมมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยให้กับผู้ประกอบการ ผู้บริหารจัดการในตลาดนานา จีโอพาร์คต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ของตลาดนานา สตูลจีโอพาร์ค มีผลการศึกษาดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

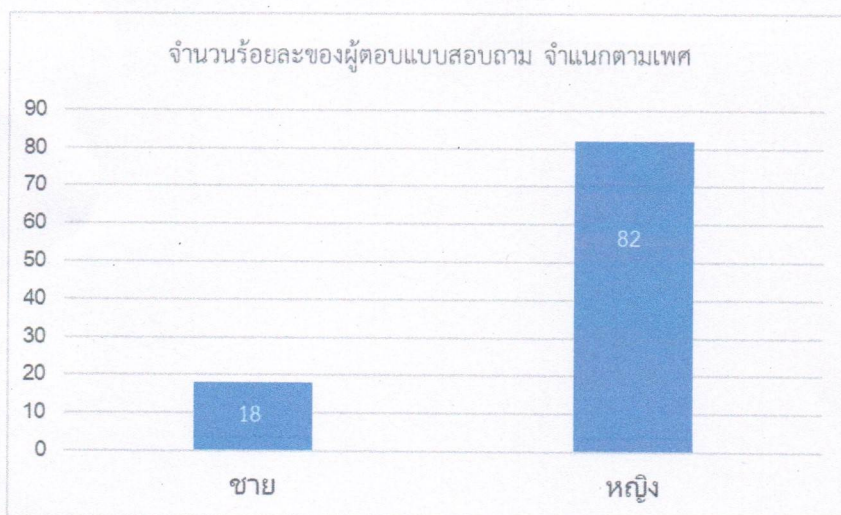
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพการมีส่วนร่วมในตลาดนานา จีโอพาร์ค และการรับการฉีดวัคซีน Covid มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1.1 เพศ

จากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 50 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 82.0 ส่วนเพศชายจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ดังตารางที่ 4 - 1 และภาพที่ 4 - 1

ตารางที่ 4 - 1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	9	18.0
หญิง	41	82.0
รวม	50	100.0



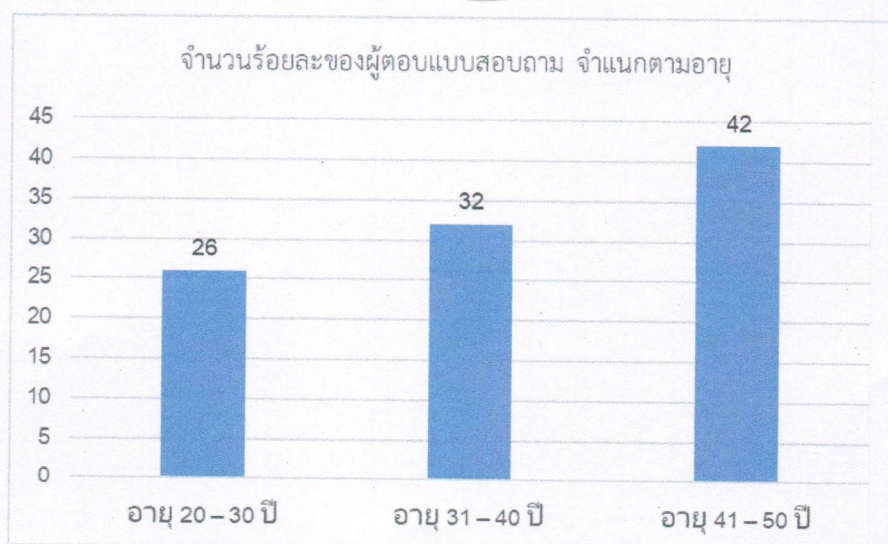
ภาพที่ 4 - 1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

4.1.2 อายุ

จากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 50 คน อายุ 20 – 30 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 ดังตารางที่ 4 - 2 และภาพที่ 4 - 2

ตารางที่ 4 - 2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ 20 – 30 ปี	13	26.0
อายุ 31 – 40 ปี	16	32.0
อายุ 41 – 50 ปี	21	42.0
รวม	50	100.0



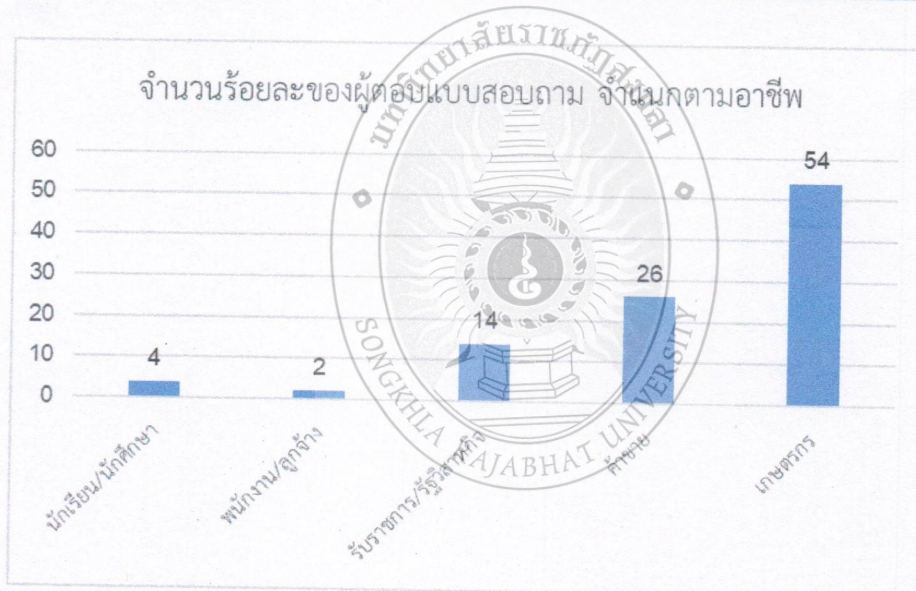
ภาพที่ 4 - 2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

4.1.3 อาชีพ

จากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 50 คน เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 อาชีพค้าขาย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และอาชีพเกษตรกร จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 ดังตารางที่ 4 - 3 และภาพที่ 4 - 3

ตารางที่ 4 - 3 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	2	4.0
พนักงาน/ลูกจ้าง	1	2.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	7	14.0
ค้าขาย	13	26.0
เกษตรกร	27	54.0
รวม	50	100.0



ภาพที่ 4 - 3 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

4.1.4 การรับการฉีดวัคซีน Covid

จากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 50 คน ได้รับการฉีดวัคซีน Covid ครบทั้ง 50 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 ดังตาราง 4 - 4

ตารางที่ 4 - 4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับการฉีดวัคซีน Covid

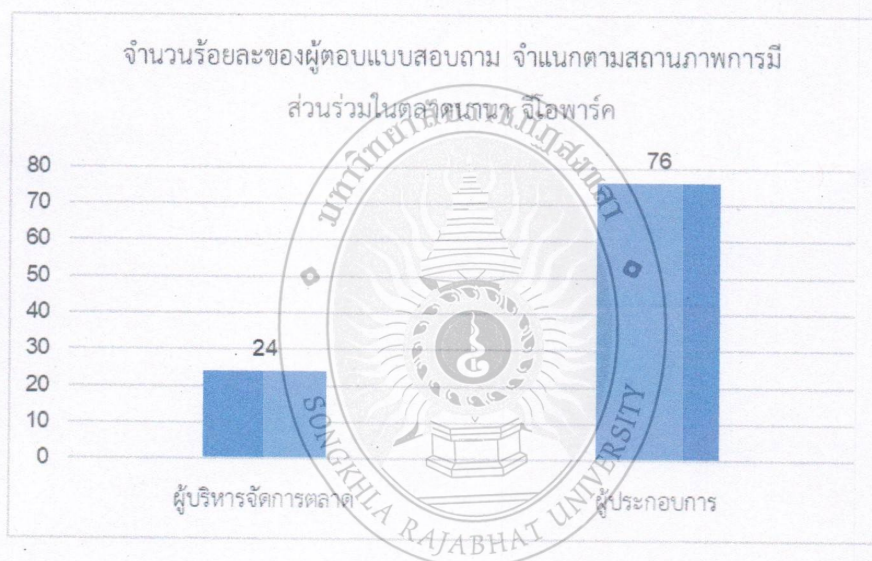
การรับการฉีดวัคซีน Covid	จำนวน	ร้อยละ
ฉีดวัคซีน	50	100.0
ไม่ฉีดวัคซีน	0	0.0
รวม	50	100.0

4.1.5 สถานภาพการมีส่วนร่วมในตลาดนานา จีโอพาร์ค

จากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 50 คน มีสถานภาพการมีส่วนร่วมในตลาดนานา จีโอพาร์ค โดยมีส่วนร่วมเป็นผู้บริหารจัดการตลาด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และมีส่วนร่วมเป็นผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 ดังตารางที่ 4 – 5 และภาพที่ 4 – 4

ตารางที่ 4 – 5 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการมีส่วนร่วมในตลาดนานา จีโอพาร์ค

สถานภาพการมีส่วนร่วมในตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริหารจัดการตลาด	12	24.0
ผู้ประกอบการ	38	76.0
รวม	50	100.0



ภาพที่ 4 - 4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการมีส่วนร่วมในตลาดนานา จีโอพาร์ค

4.2 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด

จากการสอบถามระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค จำนวน 38 คน และผู้บริหารจัดการตลาด จำนวน 12 คน มีผลระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ดังนี้

4.2.1 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค มีค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4 - 6

ตารางที่ 4 - 6 แสดงระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค

มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย	ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
มีจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว	2.84	0.708	ปานกลาง
มีจุดล้างมือสำหรับนักท่องเที่ยว	3.68	0.729	มาก
มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค	3.50	0.752	มาก
การเว้นระยะห่างของแผงตลาด อย่างน้อย 2 เมตร	3.08	0.703	ปานกลาง
ผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา	3.26	0.714	ปานกลาง
มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัสบ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติยงนวด เป็นต้น	3.11	0.680	ปานกลาง
ควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว	2.39	0.630	น้อย
ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำในตลาดทุก ๆ 2 ชั่วโมง	3.03	0.584	ปานกลาง
การขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA	2.76	0.666	ปานกลาง
ภาพรวม	3.07	0.778	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 – 6 พบว่า ผู้ประกอบการมีการรับรู้เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในภาพรวม อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีระดับการรับรู้เรื่องการมีจุดล้างมือ สำหรับนักท่องเที่ยว และ มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค อยู่ในระดับมาก และมีการรับรู้เกี่ยวกับควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว อยู่ในระดับน้อย

เมื่อพิจารณาเป็นการรับรู้เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยรายข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า มีระดับการรับรู้เรื่องการมีจุดล้างมือ สำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.68 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค มีค่าเฉลี่ย 3.50 อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับรู้เรื่องผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.26 อยู่ในระดับปานกลาง มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัสบ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติียงนวด เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.11 อยู่ในระดับปานกลาง การเว้นระยะห่างของแผงตลาด อย่างน้อย 2 เมตร มีค่าเฉลี่ย 3.08 อยู่ในระดับปานกลาง ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำในตลาดทุก ๆ 2 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ย 3.03 อยู่ในระดับปานกลาง มีจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 2.84 อยู่ในระดับปานกลาง การขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA มีค่าเฉลี่ย 2.76 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว มีค่าเฉลี่ย 2.39 อยู่ในระดับน้อย

4.2.2 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้บริหารจัดการตลาดนานา จีโอพาร์ค

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้บริหารจัดการตลาดนานา จีโอพาร์ค มีค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4 – 7

ตารางที่ 4 - 7 แสดงระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้บริหาร
จัดการตลาดนานา จีโอพาร์ค

มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย	ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
มีจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว	3.67	0.471	มาก
มีจุดล้างมือ สำหรับนักท่องเที่ยว	3.92	0.276	มาก
มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค	3.92	0.276	มาก
การเว้นระยะห่างของแผงตลาด อย่างน้อย 2 เมตร	3.83	0.373	มาก
ผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา	4.17	0.373	มาก
มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัสบ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติยงนวด เป็นต้น	4.00	0.408	มาก
ควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว	3.67	0.624	มาก
ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำในตลาดทุก ๆ 2 ชั่วโมง	3.92	0.276	มาก
การขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA	4.25	0.433	มาก
ภาพรวม	3.93	0.445	มาก

จากตารางที่ 4 - 7 พบว่า ผู้บริหารจัดการตลาดมีการรับรู้เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในภาพรวม อยู่ในระดับ มาก มีระดับการรับรู้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยทุกข้ออยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาเป็นการรับรู้เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยรายข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า มีระดับการรับรู้เรื่องขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.25 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.17 อยู่ในระดับมาก มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัสบ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติยงนวด เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.00 อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับรู้เรื่องมีจุด ล้างมือ สำหรับนักท่องเที่ยว มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำในตลาดทุก ๆ 2 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมาก ระดับการรับรู้เรื่องการเว้นระยะห่างของแผงตลาด อย่างน้อย

2 เมตร มีค่าเฉลี่ย 3.83 อยู่ในระดับมาก และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว และควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว มีค่าเฉลี่ย 3.67 อยู่ในระดับมาก

4.3 เปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยตามรายชื่อของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด

ตารางที่ 4 – 8 เปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด

มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย	การรับรู้ของผู้ประกอบการ			การรับรู้ของผู้บริหารจัดการตลาด		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
มีจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว	2.84	0.708	ปานกลาง	3.67	0.471	มาก
มีจุดล้างมือ สำหรับนักท่องเที่ยว	3.68	0.729	มาก	3.92	0.276	มาก
มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาด นานา จีโอพาร์ค	3.50	0.752	มาก	3.92	0.276	มาก
การเว้นระยะห่างของแผงตลาด อย่าง น้อย 2 เมตร	3.08	0.703	ปานกลาง	3.83	0.373	มาก
ผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวม หน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา	3.26	0.714	ปานกลาง	4.17	0.373	มาก
มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัส บ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติง นวด เป็นต้น	3.11	0.680	ปานกลาง	4.00	0.408	มาก
ควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว	2.39	0.630	น้อย	3.67	0.624	มาก
ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำใน ตลาดทุก ๆ 2 ชั่วโมง	3.03	0.584	ปานกลาง	3.92	0.276	มาก
การขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA	2.76	0.666	ปานกลาง	4.25	0.433	มาก
ภาพรวม	3.07	0.778	ปานกลาง	3.93	0.445	มาก

จากตารางที่ 4 – 8 พบว่า ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง และผู้บริหารจัดการตลาดอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค มีระดับการรับรู้เรื่องการมีจุดล้างมือ สำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.68 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค มีค่าเฉลี่ย 3.50 อยู่ในระดับมาก และระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว มีค่าเฉลี่ย 2.39 อยู่ในระดับน้อย

ผู้บริหารจัดการตลาด มีระดับการรับรู้เรื่องขั้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.25 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.17 อยู่ในระดับมาก และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว และควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว มีค่าเฉลี่ย 3.67 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4 – 9 เปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด

ประเด็นการเปรียบเทียบ	ผู้ประกอบการ		ผู้บริหารจัดการตลาด		t - test	Sig
	X	S.D.	X	S.D.		
การรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย	3.07	0.778	3.93	0.445	5.050	0.00*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 4 – 9 พบว่า ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้บริหารจัดการตลาดกับผู้ประกอบการในตลาดมีระดับการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยเปรียบเทียบระดับการรับรู้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยรายข้อของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด ดังตาราง 4.10

ตารางที่ 4 – 10 เปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยตามรายข้อ ของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด

ประเด็นการเปรียบเทียบ	ผู้ประกอบการ		ผู้บริหารจัดการตลาด		t - test	Sig
	X	S.D.	X	S.D.		
มีจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว	2.84	0.708	3.67	0.471	3.702	0.001*
มีจุดล้างมือ สำหรับนักท่องเที่ยว	3.68	0.729	3.92	0.276	1.058	0.295
มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค	3.50	0.752	3.92	0.276	1.841	0.072
การเว้นระยะห่างของแผงตลาด อย่างน้อย 2 เมตร	3.08	0.703	3.83	0.373	3.492	0.001*

ผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา	3.26	0.714	4.17	0.373	4.122	0.000*
มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัสบ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติยง นวด เป็นต้น	3.11	0.680	4.00	0.408	4.231	0.000*
ควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว	2.39	0.630	3.67	0.624	5.989	0.000*
ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำในตลาดทุก ๆ 2 ชั่วโมง	3.03	0.584	3.92	0.276	4.998	0.000*
การขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA	2.76	0.666	4.25	0.433	7.115	0.000*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 4 – 10 เปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยตามรายชื่อของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด พบว่า ผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้แตกต่างกับผู้ประกอบการ เรื่องมีจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว การเว้นระยะห่างของแผงตลาด อย่างน้อย 2 เมตร ผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัสบ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติยง นวด เป็นต้น ควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำในตลาดทุก ๆ 2 ชั่วโมง และการขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเรื่องมีจุด ล้างมือ สำหรับนักท่องเที่ยว และมีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค ของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดนานา จีโอพาร์ค ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด ซึ่งสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด

จากการสำรวจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 50 คน มีสถานภาพการมีส่วนร่วมในตลาดนานา จีโอพาร์ค โดยมีส่วนร่วมเป็นผู้บริหารจัดการตลาด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และมีส่วนร่วมเป็นผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0

1) ผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค

ผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค มีระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับการรับรู้เรื่องการมีจุดล้างมือสำหรับนักท่องเที่ยว และ มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากการมีจุดล้างมือและจุดตรวจวัดอุณหภูมิเป็นแนวทางปฏิบัติที่ทุก ๆ สถานที่ ทั้งส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน ปฏิบัติตลอดในช่วงของสถานการณ์โควิด - 19 และมีการรับรู้เกี่ยวกับควมมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว อยู่ในระดับน้อย เนื่องจากตลาดนานา จีโอพาร์ค เป็นตลาดแบบเปิดโล่งที่ใช้บริเวณถนนและพื้นที่นาในการจัดตั้งตลาด โดยจัดซุ้มขายของตามแนวถนน

เมื่อพิจารณาเป็นการรับรู้เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยรายข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า มีระดับการรับรู้เรื่องการมีจุดล้างมือสำหรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.68 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค มีค่าเฉลี่ย 3.50 อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับรู้เรื่องผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัสบ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติยงนวด เป็นต้น การเว้นระยะห่างของแผงตลาด อย่างน้อย 2 เมตร ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำในตลาดทุก ๆ 2 ชั่วโมง มีจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว และการขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA มีระดับการ รับรู้อยู่ในระดับปานกลาง

2) ผู้บริหารจัดการตลาดนานา จีโอพาร์ค

ผู้บริหารจัดการตลาดนานาจีโอพาร์ค ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล และตัวแทนผู้นำชุมชน มีการรับรู้เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในภาพรวม อยู่ในระดับ มาก มีระดับการรับรู้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยทุกข้ออยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาเป็นการรับรู้เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยรายข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า มีระดับการรับรู้เรื่องขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.25 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.17 อยู่ในระดับมาก มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัสบ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติงนวด เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.00 อยู่ในระดับมาก ส่วนการรับรู้เรื่องมีจุดล้างมือ สำหรับนักท่องเที่ยว มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำในตลาดทุก ๆ 2 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมาก ระดับการรับรู้เรื่องการเว้นระยะห่างของแผงตลาด อย่างน้อย 2 เมตร มีค่าเฉลี่ย 3.83 อยู่ในระดับมาก และระดับการรับรู้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว และควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว มีค่าเฉลี่ย 3.67 อยู่ในระดับมาก เนื่องจากตลาดนานา จีโอพาร์ค เป็นตลาดแบบเปิดโล่งที่ใช้บริเวณถนนและพื้นที่นาในการจัดตั้งตลาด โดยจัดซุ้มขายของตามแนวถนนทำให้การจัดจุดลงทะเบียน และจัดการทางเข้าให้เหลือเพียงทางเดียวนั้นไม่สามารถดำเนินการได้

5.1.2 เปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด

ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในภาพรวมของผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ย 3.07 อยู่ในระดับปานกลาง และระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในภาพรวมของผู้บริหารจัดการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.93 อยู่ในระดับมาก ซึ่งพบว่า ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้บริหารจัดการตลาดกับผู้ประกอบการในตลาดมีระดับการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

- มาตรฐานเรื่องจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง

- การเว้นระยะห่างของแผงตลาด อย่างน้อย 2 เมตร ผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง

- ผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา ผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง

- มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัสบ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติยงนวด เป็นต้น ผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
- ควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว ผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับน้อย
- ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำในตลาดทุก ๆ 2 ชั่วโมง ผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
- การขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA ผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
- มีจุด ล้างมือ สำหรับนักท่องเที่ยว ของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดไม่แตกต่างกัน
- มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค ของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาดไม่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด

1) ผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค

ผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค มีระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

- มาตรฐานเรื่องจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 2.84 อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากตลาดเป็นตลาดแบบเปิดโล่งที่ใช้บริเวณถนนและพื้นที่นาในการจัดตั้งซุ้มขายของ ดังนั้นการวางจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยวจึงดำเนินการได้ยาก

- มีจุดล้างมือสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 3.68 อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เนื่องจากการมีจุดล้างมือเป็นแนวทางปฏิบัติที่ทุก ๆ สถานที่ทั้งส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน ปฏิบัติตลอดในช่วงของสถานการณ์โควิด - 19 และเป็นมาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด - 19 ที่รัฐบาลมีการณรงค์สร้างความตระหนักให้ล้างมือเพื่อลดการแพร่เชื้อ ซึ่งเป็นสิ่งเร้าที่ทำให้ทุกคนเกิดกระบวนการรับรู้เรื่องการล้างมือ ซึ่งสอดคล้องกับ ภารกิจ

เทพคายน (2564) กระบวนการรับรู้เกิดขึ้นได้จากปัจจัยที่มีอิทธิพลจากองค์ประกอบที่เป็นสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการรับรู้ เช่น สถานการณ์ เหตุการณ์ และสภาพแวดล้อมจะเป็นสิ่งเร้าต่อการรับรู้ทางสังคมของบุคคล

- มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค ผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 3.50 อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงรองลงมา เนื่องจากการมีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาด เป็นแนวทางปฏิบัติที่ทุก ๆ สถานที่ ทั้งส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน ปฏิบัติตลอดในช่วงของสถานการณ์โควิด - 19 และเป็นมาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด - 19 ทำให้เป็นสิ่งเร้าที่ทำให้ทุกคนเกิดกระบวนการรับรู้เรื่องการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาด

- การเว้นระยะห่างของแผงตลาด อย่างน้อย 2 เมตร ผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 3.08 อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากตลาดเป็นแบบเปิดโล่ง ทำให้อากาศถ่ายเทสะดวกและสม่ำเสมอ และมีพื้นที่มากทำให้ไม่เกิดการแออัดของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2563) กำหนดมาตรฐานเบื้องต้นคือการมีระบบอากาศและถ่ายเทอากาศภายในอาคารที่เหมาะสม ระบบการระบายอากาศและถ่ายเทอากาศอย่างสม่ำเสมอ

- ผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา ผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 3.26 อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนตำบลเขาขาว ซึ่งมีความเคยชินกับการไม่สวมหน้ากากอนามัยอยู่บ้านหรือในชุมชน

- มีการทำความสะอาดจุดที่สัมผัสบ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติงขนาด เป็นต้น ผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 3.11 อยู่ในระดับปานกลาง

- ควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว ผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 2.39 อยู่ในระดับน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เนื่องจากตลาดเป็นแบบเปิดโล่ง การจำกัดทางเข้าตลาดให้เหลือเพียงทางเดียวจึงทำได้ยาก และผู้ประกอบการคิดเห็นว่าเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่สามารถเข้าตลาดในทางที่ใกล้กับที่จอดรถที่สุด เพื่อความสะดวกสบาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สยมภู พิเชษฐนาวิน (2564) ศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 พบว่า แรงจูงใจด้านการจัดการมาตรฐานสาธารณสุข ไม่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19

- ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำในตลาดทุก ๆ 2 ชั่วโมง ผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 3.03 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการคิดเห็นว่าการดูแลทำความสะอาดห้องน้ำเป็นความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาวในการดำเนินการ

- การขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA ผู้ประกอบการมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 2.76 อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ทราบความสำคัญของการขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA และจะส่งผลอย่างไรต่อการขายของในตลาด และส่งผลอย่างไรต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สยมภู พิเชษฐนาวิน (2564) ศึกษาแรงจูงใจที่มี

อิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 พบว่า แรงจูงใจด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 แรงจูงใจด้านการจัดการมาตรฐานสาธารณสุข ไม่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 แม้ว่าตลาดน้ำดอนหวายได้ปฏิบัติในด้านสาธารณสุขตามมาตรฐาน SHA อันเป็นมาตรการเบื้องต้นที่เพียงพอสำหรับสถานการณ์โควิด-19 ดังนั้นการเพิ่มมาตรการที่เข้มงวดกว่าปกติอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกในการท่องเที่ยวเท่าที่ควร

2) ผู้บริหารจัดการตลาดนานา จีโอพาร์ค

ผู้ประกอบการในตลาดนานา จีโอพาร์ค มีระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า

- มาตรฐานเรื่องจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 3.67 อยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้บริหารจัดการตลาดต้องการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว

- มีจุดล้างมือสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการมีจุดล้างมือเป็นแนวทางปฏิบัติที่ทุก ๆ สถานที่ ทั้งส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน ปฏิบัติตลอดในช่วงของสถานการณ์โควิด - 19 และเป็นมาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด - 19 ที่รัฐบาลมีการรณรงค์สร้างความตระหนักให้ล้างมือเพื่อลดการแพร่เชื้อ ซึ่งเป็นสิ่งเร้าที่ทำให้ทุกคนเกิดกระบวนการรับรู้เรื่องการล้างมือ ซึ่งสอดคล้องกับ ภารดี เทพคายน (2564) กระบวนการรับรู้เกิดขึ้นได้จากปัจจัยที่มีอิทธิพลจากองค์ประกอบที่เป็นสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการรับรู้ เช่น สถานการณ์ เหตุการณ์ และสภาพแวดล้อมจะเป็นสิ่งเร้าต่อการรับรู้ทางสังคมของบุคคล

- มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาดนานา จีโอพาร์ค ผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการมีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาด เป็นแนวทางปฏิบัติที่ทุก ๆ สถานที่ ทั้งส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน ปฏิบัติตลอดในช่วงของสถานการณ์โควิด - 19 และเป็นมาตรการในการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด - 19 ทำให้เป็นสิ่งเร้าที่ทำให้ทุกคนเกิดกระบวนการรับรู้เรื่องการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาด

- การเว้นระยะห่างของแผงตลาด อย่างน้อย 2 เมตร ผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 3.83 อยู่ในระดับมาก เนื่องจากต้องการให้ร้านแต่ละร้านมีพื้นที่ในการขายของและไม่ให้เกิดการแออัดของนักท่องเที่ยว ซึ่งตลาดนานา จีโอพาร์คเป็นตลาดเป็นแบบเปิดโล่ง และมีพื้นที่มากสามารถจัดตั้งซุ้มร้านให้มีระยะห่าง อย่างน้อย 2 เมตรได้ สอดคล้องกับ จิราภรณ์ บุญยั้ง และ พนิดา นิลอรุณ (2564) ศึกษาพฤติกรรมการสุขอนามัยของวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน ในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีการจำกัดจำนวนผู้รับบริการ จัดพื้นที่รอคิว และต้องมีระยะห่างระหว่างบุคคล อย่างน้อย 1 เมตร เป็นลำดับแรก

คิดเป็นร้อยละ 96.50 รองลงมา โดยอนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 93.75

- ผู้ขายของในตลาดต้องมีการสวมหน้ากากอนามัยทุกคนตลอดเวลา ผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 4.17 อยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้บริหารจัดการตลาดส่วนใหญ่เป็นบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว ซึ่งต้องสวมหน้ากากอนามัยเป็นประจำและทราบถึงความสำคัญของการสวมหน้ากากอนามัยที่ช่วยป้องกันการติดเชื้อโควิด - 19 ได้ สอดคล้องกับ จิราภรณ์ บุญยี่ และ พนิดา นิลอรุณ (2564) ศึกษาพฤติกรรมด้านสุขอนามัยของวิสาหกิจท่องเที่ยว โดยชุมชน ในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการ พบว่า มีความคิดเห็นด้านการจำกัดจำนวนผู้รับบริการ จัดพื้นที่รอคิว และต้องมีระยะห่างระหว่างบุคคล อย่างน้อย 1 เมตร เป็นลำดับแรก คิดเป็นร้อยละ 96.50 รองลงมา โดยอนุญาตให้เฉพาะผู้รับบริการที่สวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยเข้าใช้บริการเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 93.75

- มีการทำความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัสบ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติงขนาด เป็นต้น ผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 4.00 อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการรักษาความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัสบ่อย เป็นภาพลักษณ์ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจต่อสินค้า สอดคล้องกับ สยมภู พิเชษฐนาวิน (2564) แรงจูงใจด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 อย่างไรก็ตามตลาดน้ำดอนหวายควรต้องรักษาภาพลักษณ์ที่ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจต่อสินค้าและบริการในด้านต่าง ๆ ต่อไป

- ควรมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียว ผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 3.67 อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เนื่องจากตลาดเป็นแบบเปิดโล่ง การจำกัดทางเข้าตลาดให้เหลือเพียงทางเดียวจึงทำได้ยาก และผู้ประกอบการคิดเห็นว่า เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่สามารถเข้าตลาดในทางที่ใกล้กับที่จอดรถที่สุด เพื่อความสะดวกสบาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สยมภู พิเชษฐนาวิน (2564) ศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 พบว่า แรงจูงใจด้านการจัดการมาตรฐานสาธารณสุข ไม่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19

- ควรมีการทำความสะอาดห้องน้ำในตลาดทุก ๆ 2 ชั่วโมง ผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมาก

- การขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA ผู้บริหารจัดการตลาดมีระดับการรับรู้มีค่าเฉลี่ย 4.25 อยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เนื่องจากผู้บริหารจัดการตลาดทราบความสำคัญของการขึ้นทะเบียนรับรองมาตรฐาน SHA เพราะรับทราบข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไปยังหน่วยงานภาครัฐ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

5.2.2 เปรียบเทียบระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด

ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในภาพรวมของผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ย 3.07 อยู่ในระดับปานกลาง และระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยในภาพรวมของผู้บริหารจัดการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.93 อยู่ในระดับมาก ซึ่งพบว่า ระดับการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของผู้บริหารจัดการตลาดกับผู้ประกอบการในตลาดมีระดับการรับรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผู้บริหารจัดการตลาดมีการรับรู้เกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยมากกว่าผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้บริหารจัดการตลาดส่วนหนึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่และผู้นำชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว ซึ่งได้รับทราบนโยบายมาตรการการป้องกันสถานการณ์โควิดตามประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินตามพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ประกาศเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2563 ขอให้ความร่วมมือกับทางการในการปฏิบัติตามมาตรการและคำแนะนำทางการแพทย์อย่างเคร่งครัดโดยการไม่รวมกลุ่มกับผู้คนจำนวนมาก การใช้มาตรการป้องกันโรคเพื่อตนเองและแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การใช้หน้ากากอนามัย เจลล้างมือ การหมั่นล้างมือ การไม่สัมผัสหรือรับเชื้อที่มากับฝอยละอองน้ำลาย การเว้นระยะสัมผัสห่างจากผู้อื่น (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2563) ทำให้ผู้บริหารจัดการตลาดจึงรับรู้ถึงมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยโดยรวมในระดับมาก และรับรู้ในเรื่องการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา การทำความสะอาดฆ่าเชื้อจุดที่สัมผัสบ่อย เช่น แผงร้านค้า โต๊ะ ที่นั่ง เติยงนวด เป็นต้น มีการตรวจวัดอุณหภูมิก่อนเข้าตลาด และมีจุดบริการเจลล้างมือสำหรับนักท่องเที่ยวในระดับมาก ซึ่งนโยบายของสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นสิ่งเร้าและแรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริหารจัดการตลาดมีการรับรู้มาตรฐานความปลอดภัย สอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้ในเรื่องของอิทธิพลปัจจัยของการรับรู้ โดยมีสิ่งเร้าและแรงจูงใจ เป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญยิ่งในกระบวนการเรียนรู้ เพราะการเรียนรู้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อถูกกระตุ้นด้วยสิ่งเร้าและแรงจูงใจ จึงทำให้เกิดการตอบสนองขึ้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน (เอกพงศ์ มุสิกะเจริญ, 2556)

ส่วนผู้ประกอบการมีการรับรู้มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์หรือการรับนโยบายมีน้อยกว่าผู้บริหารจัดการตลาด ประกอบกับความเคยชินในการดำรงชีวิตที่เป็นชุมชนนอกเมือง ไม่มีความแออัดของประชากร ทำให้การป้องกันตนเอง และความเข้มมาตรการป้องกันโควิดน้อย รวมทั้งตลาดเป็นตลาดแบบเปิดโล่ง ตั้งร้านขายของตามแนวถนน ทำให้มีความรู้สึกที่ตลาดไม่ได้เป็นตลาดที่แออัด มีอากาศถ่ายเท มีพื้นที่และจุดให้นักท่องเที่ยวถ่ายรูปเยอะ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าตลาดได้ทุกทาง ทำให้การบริหารจัดการตลาดตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัยในเรื่องการมีทางเข้าตลาดเพียงทางเดียวจึงทำได้ยาก และการมีจุดลงทะเบียนสำหรับนักท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดความไม่สะดวกต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้อง สมภุ พิเชษฐนาวิน (2564) ศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 พบว่า แรงจูงใจด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ไม่มี

อิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 แรงจูงใจด้านการจัดการมาตรฐานสาธารณสุข ไม่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 แม้ว่าตลาดน้ำดอนหวายได้ปฏิบัติในด้านสาธารณสุขตามมาตรฐาน SHA อันเป็นมาตรการเบื้องต้นที่เพียงพอสำหรับสถานการณ์โควิด-19 ดังนั้นการเพิ่มมาตรการที่เข้มงวดกว่าปกติอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกในการท่องเที่ยวเท่าที่ควร แรงจูงใจด้านมาตรการช่วยเหลือประชาชนจากรัฐบาล มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญในเรื่องเศรษฐกิจ รายได้จากการขายของมากกว่าความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัย และผู้ประกอบการมีความเชื่อในเรื่องการฉีดวัคซีนโควิดช่วยบรรเทาอาการเจ็บป่วยจากเชื้อโควิดให้ลดลง จึงทำให้การรับรู้มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัยของผู้ประกอบการน้อยกว่าผู้บริหารจัดการตลาด

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะการรับรู้มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัย

จากผลการศึกษาระดับการรับรู้มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัยของผู้ประกอบการและผู้บริหารจัดการตลาด พบว่าการรับรู้มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัยของผู้ประกอบการมีระดับปานกลาง ควรจัดกิจกรรมสร้างการรับรู้และเข้าใจมาตรฐานดังนี้

1. ควรจัดกิจกรรมหรือถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัย (SHA) ให้กับประชาชนในชุมชนและผู้ประกอบการภายในตลาด ได้เข้าใจถึงความสำคัญของการได้รับการรับรองมาตรฐานหรือการได้รับรองตราสัญลักษณ์ SHA เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ความปลอดภัยสร้างความมั่นใจของนักท่องเที่ยว
2. ผู้บริหารจัดการตลาดควรกำหนดแนวปฏิบัติมาตรการความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัยของตลาดให้ชัดเจนและประชาสัมพันธ์หรือถ่ายทอดแนวปฏิบัติให้ผู้ประกอบการได้รับทราบและปฏิบัติ
3. ผู้บริหารจัดการตลาดควรมีการบริหารจัดการเรื่องความสะดวกของสุขา และการกำจัดขยะในตลาด เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยเบื้องต้นของทุกสถานประกอบการ

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาความพึงพอใจต่อการจัดการมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัยของตลาดนานาชาติโอพาร์คของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาปรับปรุงแนวทางการจัดการมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาชีวอนามัยของตลาดต่อไป
2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เรื่องมาตรการในสถานการณ์ฉุกเฉินและการปรับตัวต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงของประชาชน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยการรับรู้ของประชาชนมีปัจจัยใดบ้าง และการปรับตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ ของประชาชนเป็นอย่างไร

บรรณานุกรม

- กันยา สุวรรณแสง. (2544). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: รวมสารัน.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *ข้อมูลเกี่ยวกับ SHA*. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2565 จาก <https://web.thailandsha.com/about>
- จิราภรณ์ บุญยั้ง และพนิดา นิลอรุณ. (2565). การประเมินมาตรฐานด้านสุขอนามัยของวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์*, ปีที่ 9 ฉบับที่ 4, หน้า 341-357.
- ดารณี ออาจหาญ, เกิดศิริ เจริญวิศาล และมนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2565). การยกระดับมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พิกชุมชนวัฒนธรรมที่ยั่งยืนหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ในประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีที่ 22 ฉบับที่ 1*, หน้า 186 - 204
- ตลาดนานาสตุล Nana Satun Market. (2564). *ตลาดนานาสตุล Nana Satun Market*. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2565 จาก <https://www.facebook.com/NanaSatunGeoparkMarket/photos>
- บุรดา ปัญญารักษ์ และรักษ์พงศ์ วงศาโรจน์. (2561). ภาพลักษณ์ความปลอดภัยและการรับรู้ต่อการจัดการความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวจีนประเภทท่องเที่ยวแบบอิสระในกรุงเทพมหานคร. *วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, ปีที่ 5 ฉบับที่ 2, หน้า 125 - 150.
- ภารดี เทพคายน. (2564). *กองบริหารทรัพยากรบุคคล สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*. สืบค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2565 จาก <https://km.nida.ac.th/th/images/PDF/research/paradeere164.pdf>
- ลักขณา สรีวัฒน์. (2549). *จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน (พิมพ์ครั้งที่2)*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วิเชียร วิทยอุดม. (2550). *การพัฒนาองค์การ*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธนวิซการพิมพ์ จำกัด.
- สยามภู พิเชษฐนาวิน. (2564). แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาตลาดน้ำดอนหวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19. *ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- สิทธิโชค วรรณสันติกุล. (2546). *จิตวิทยาสังคม ทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพฯ: เม็ดทรายพริ้นติ้ง.
- แสงเดือน ทวีสิน. (2545). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ไทยเส็ง.
- องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว. (2563). *องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว*. สืบค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2565 จาก องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว: <https://www.khaokhaw.go.th/html/new-menu.asp?typemenu=2>
- เอกพงศ์ มุสิกะเจริญ. (2556). *คลินิกเทคโนโลยีที่พึ่งของชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2565 จาก http://www.clinictech.ops.go.th/online/pages/blog_view.asp?blog_id=453&rated=true

Belch G.E., B. M. (2007). *Advertising and Promotion: An integrated Marketing Communications Perspective*. Boston: Graw-Hill Irwin.

Schiffman L.G., a. K. (2004). *Consumer behavior*. Upper Saddle River: NJ : Pearson/Prentice Hall.

