



วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

RMUTK Journal of Liberal Arts

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - เมษายน 2569

Volume 8 No.1 January - April 2026

ISSN 3027-6241 (Print)

ISSN 3027-625X (Online)

ชื่อวารสาร วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ (RMUTK Journal of Liberal Arts)

เจ้าของ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

วัตถุประสงค์ของวารสาร

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ (RMUTK Journal of Liberal Arts) มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้คณาจารย์ นักวิชาการ ตลอดจน นิสิต นักศึกษา และบัณฑิต ทั้งภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัย ได้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานวิชาการงานวิจัย แลกเปลี่ยนเรียนรู้วิชาการใหม่ๆ ที่หลากหลาย จากสถาบันต่างๆ โดยเฉพาะองค์ความรู้ในสาขาศิลปศาสตร์ และสังคมศาสตร์

ลักษณะของวารสาร

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ เป็นวารสารที่รวบรวม เผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ ด้านศิลปศาสตร์ และสังคมศาสตร์ โดยเปิดรับบทความภาษาไทยด้าน ภาษา การศึกษา และการสอน อุตสาหกรรมบริการ ศิลปะ ศิลปวัฒนธรรม การออกแบบผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีทางการศึกษา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา พัฒนาสังคม จิตวิทยาและการแนะแนว การส่งเสริมสุขภาพ บริหารธุรกิจ และเปิดรับบทความภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น เฉพาะด้าน ภาษา การศึกษาและการสอน (ซึ่งมีบทความเป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ)

นโยบายการจัดพิมพ์วารสาร

- เปิดรับบทความประเภทบทความวิจัย และบทความวิชาการ โดยบทความที่จะนำลงพิมพ์ต้องไม่เคยเผยแพร่ในวารสารอื่นใดมาก่อน
- เนื้อหา บทความ หรือข้อคิดเห็นที่พิมพ์ในวารสาร เป็นความคิดเห็นของผู้แต่งเท่านั้น กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย
- เจ้าของบทความต้องรับรองเรื่องจริยธรรมนักวิจัยในเอกสารแบบฟอร์มรับรองสิทธิ์ก่อนส่งบทความ
- ต้นฉบับจะต้องได้รับการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิก่อนตีพิมพ์ อย่างน้อย 3 ท่าน แบบปกปิดรายชื่อ (Double-Blinded Peer Review)

กำหนดออก เผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ

(ฉบับที่ 1 มกราคม-เมษายน, ฉบับที่ 2 พฤษภาคม-สิงหาคม, ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม)

การเผยแพร่ Print - Online

- การส่งต้นฉบับ
- ส่งไฟล์ต้นฉบับในรูปแบบไฟล์ .docx และ .pdf
 - ส่งผ่านระบบออนไลน์ สามารถเข้าไปได้ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/larts-journal> เท่านั้น
 - เมื่อสมัคร และเข้าระบบ ให้กรอกข้อมูล ประกอบด้วย ข้อมูลติดต่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ก่อนส่งเอกสาร

การติดต่อ วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
เลขที่ 2 ถนนนางลิ้นจี่ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
โทรศัพท์ 02 287 9600 ต่อ 2115

ภาพปก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธรรมรัตน์ จรุงขุน

พิมพ์ที่ ศรีบูรณะคอมพิวเตอร์-การพิมพ์
95/84 หมู่ 8 ถ.สุขสวัสดิ์ ต.ในคลองบางปลากด อ.พระสมุทรเจดีย์ จ.สมุทรปราการ 10290
โทรศัพท์ 02 215 4506, 02 816 2221 โทรสาร 02 611 9043, 02 461 2157

ที่ปรึกษา

อธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.พิชัย จันทน์มณี)
รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยศักดิ์ คล้ายแดง)
รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.สายชล ชูดีเจื้อย)
คณบดีคณะศิลปศาสตร์ (นางศิริมา ศิลพัฒน์)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ผู้ทรงคุณวุฒิกองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์เกียรติคุณสุชาติ เกาทอง
ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง
ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
ศาสตราจารย์ ดร.สมพร ฐรี
รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาส พาวินันท์
รองศาสตราจารย์ ร.ต.ดร.สุเกษม ขุนทอง
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร คงศิริรัตน์
รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เมฆข้า
รองศาสตราจารย์ ดร.ประไพ จันทราสกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.เนื่ออ่อน ขว้ทองเขียว
รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี นันทศิริพล
รองศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ อนันต์วรพงษ์

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์พิจิตร
มหาวิทยาลัยนเรศวร
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.นิภาพรณ แสงสว่าง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

รองบรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ปิยะภรณ์ นาคอาทิตย์ ไชยสุข

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

กองจัดการวารสาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะรัตน์ พิพัฒน์ธาราสกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดลัด พุกธร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธัญญา ภาคภูมิ
อาจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ วงษ์อำไพ
อาจารย์ ดร.ธีรพล คำสะอาด
อาจารย์มนัสวี ดวงลอย
อาจารย์ธิดิกานต์ แสงอากาศ
นางสาวชลาลัย ก้าสุไร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ประสานงาน

นายเกียรติศักดิ์ แซ่ไคว

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

บทความที่เผยแพร่ทุกเรื่อง ได้รับการตรวจสอบความถูกต้องตามหลักวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อย 3 ท่าน
อนึ่ง ทศนะ ข้อคิดเห็น ของผู้แต่งที่ปรากฏในวารสารฯ ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของคณะบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 ได้นำเสนอผลงานวิชาการที่สะท้อนถึงความหลากหลายขององค์ความรู้ในสาขาศิลปศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยครอบคลุมทั้งมิติด้านภาษา วัฒนธรรม การท่องเที่ยว เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่และชุมชน ซึ่งล้วนมีความสอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของสังคมร่วมสมัย และการขับเคลื่อนประเทศด้วยฐานความรู้และนวัตกรรม

บทความในฉบับนี้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเชิงพื้นที่และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อาทิ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าสงขลา การยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า ตลอดจนแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนในจังหวัดราชบุรี และการสร้างคุณค่าเชิงพหุวัฒนธรรมผ่านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งสะท้อนบทบาทของชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

นอกจากนี้ ยังมีบทความที่มุ่งเน้นการพัฒน่องค์ความรู้เชิงวิชาการในด้านภาษาและการสื่อสาร เช่น การวิเคราะห์โครงสร้างวาทกรรมสัมพันธ์และความหมายของประโยคในการอภิปรายผลวิจัย รวมถึงงานวิจัยด้านการบริหารจัดการและเศรษฐศาสตร์ อาทิ การวิเคราะห์สมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่ากิจการกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความในวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทั้งในเชิงวิชาการและการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมการพัฒน่องค์ความรู้ใหม่ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักวิชาการ นักวิจัย และผู้สนใจในศาสตร์ด้านศิลปศาสตร์และสังคมศาสตร์ต่อไป

อาจารย์ ดร.นิพาภรณ์ แสงสว่าง
บรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

สารบัญ

บทความวิชาการ

กลยุทธ์การจัดการความรู้: ทฤษฎีพื้นฐานและกลไกหลัก

Knowledge Management Strategies: Fundamental Theories and Core Mechanisms

จิระนันท์ โดสิน, โกวิทช์ ชันธิศิริ, และ สมชาย สะอาดนักร้อง..... 1

บทความวิจัย

การประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิชมกุฏวิทยา จังหวัดจันทบุรี

The Evaluation of the Learning Resource Development Project for Educational Management at Khitchakutwittaya School, Chanthaburi Province

สุรเกียรติ์ งามเลิศ..... 19

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันTikTok ของผู้บริโภคในเจนเนอเรชั่น Z ในประเทศไทย

Factors affecting online purchasing behavior through the TikTok application of consumers in Generation Z in Thailand

ณัฐธิดา เทพฝัน, เกษรา แสนวงศ์, อนิตา ประดาอินทร์, กรณิศ เปี้ยอุดร, ปรีดา ตัญจนะ, กาวใจ หวานดี..... 33

การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่นโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษา ถนนคนเดิน “ลานวัฒนธรรม” อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Developing Local Cultural Area Through Community Participation Process: A Case Study on “Lan Wattana”

Walking Street, Natan District, Ubon Ratchathani Province

กฤติยา อุทโย, สมศรี ชัยวันชยา, ดุสิต จักรศิลป์, ทวนทอง จุฑาเกตุ, วีระเวทย์ อุทโย..... 45

การพัฒนาชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม สำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาช่างอุตสาหกรรม

Development of a Skill Training Kit for the Power Transmission System with Engineering-Based Learning for Vocational Certificate Students in the Industrial Program

พงษ์ศักดิ์ คำเปลว, น่านน้ำ บัวคล้าย, วรวิมล กังหัน, รัตนา พิชิตปรีชา, ชลธิศ ปิติภูมิสุขสันต์, เมธา อึ้งทอง..... 62

พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวจีน

Chinese Tourists' Behavior and Factors Influencing Travel Decisions to Phra Nakhon Si Ayutthaya

ชาญเดช เทียนทอง, วราภรณ์ สืบวงศ์สุวรรณ..... 77

การพัฒนาตัวบ่งชี้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาภาคเหนือตอนล่าง

The Development of Innovation Leadership Indicators for High School Students in the Educational Area of Lower Northern Region

กฤติยา อินทิพย์, ณัฐณิชา อินสุวรรณ, นราวิทย์ เล่ห์กล, บัณฑิตา สิ้นแต่ง, มณฑิลา คงยุทธ์, สุธีรพงษ์ จันทร์เต็ม, ณัฐกานต์ ประจักษ์บาน..... 93

การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายผ่านการสอนที่ประยุกต์ใช้ ChatGPT

(Generative Pre-trained Transformer)

The Development of Higher Secondary School Students' English Paragraph Writing Skills through the Integration of ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer)

อธิปัติย์ บุญเหมาะ, ณัฐกริชฐา โกพิมา..... 106

สารบัญ

บทความวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

Factors Influencing the Desire to Participate in Creative Tourism Activities Among Transitional-Era Tourists:

A Case Study of the Ancient City of U-Thong, Suphan Buri Province

ธารณี นวสนธิ, ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ, ธง คำเกิด, สัมพันธ์ สุกใส, สุขุม คงดิษฐ์..... 121

แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนบางกะมา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

The Guidelines for Developing Tourism Components of Bangkama Community, Ban Kha District, Ratchaburi Province.

สุภาพร อรรถพัฒน์, เกรียงศักดิ์ อาภามงคล, ชัยศักดิ์ คล้ายแดง, นานา ศรีธรรมศักดิ์, ภัทรวดี รังสิมานพ, อัจฉรา สาลิ..... 133

ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่ากิจการกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

The Relationship Between Firm Value and Stock Prices of Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand

with Sustainable Business Practices

ธนาจุ แก้วอินทร์, สุกัญญา กิตติคุณงาม, พัทธพงศ์ ทบจันทร์, เจษฎาภรณ์ ยานุพรหม, จันทนา วงศ์หาญ..... 147

การสร้างคุณค่าเชิงพหุวัฒนธรรมด้วยอาหารท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาตำบลพิมลราชจังหวัดนนทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยว

The Formation of Multicultural Values with Local Food to Develop Phimonrat Subdistrict, Nonthaburi Province

as Tourism Location

พรพรรณ จันทโรนานนท์, สุวิมล วงศ์สิงห์ทอง, โกณจนาท เจริญสุข, บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ, รุ่งอรุณ คงเรือง..... 171

ภาคผนวก

ข้อมูลทั่วไปของวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ..... 188

รูปแบบการเขียนอ้างอิงในเนื้อหา และเอกสารอ้างอิง..... 190

ขั้นตอนการจัดทำวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ..... 194

กลยุทธ์การจัดการความรู้: ทฤษฎีพื้นฐานและกลไกหลัก

Knowledge Management Strategies:

Fundamental Theories and Core Mechanisms

สุคนธ์ อุดลเดชา¹, สุรัชชัย ทรายวรรณกิจ^{2*}

Sukon Aduldaecha¹, Surachai Traiwannakij^{2*}

1, 2* สถาบันวิทยาศาสตร์ นวัตกรรม และวัฒนธรรม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

1, 2* Institute of Science Innovation and Culture, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok, Thailand

Received: May 6, 2025 Revised: August 13, 2025 Accepted: November 20, 2025

บทคัดย่อ

การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความมั่นใจในความสำเร็จและการอยู่รอดขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในศตวรรษที่ 21 ซึ่งธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์การจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความมั่นคงทางธุรกิจ การจัดการความรู้ประกอบด้วยกระบวนการที่สำคัญ ได้แก่ การได้มาซึ่งความรู้ (knowledge capture) การปรับเปลี่ยนและพัฒนาใหม่ (knowledge reshape) และการประยุกต์ใช้ความรู้ (knowledge application) ผ่านการเพิ่มคุณค่าและการสร้างความแตกต่างในการแข่งขันอย่างยั่งยืน บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอภาพรวมของการจัดการความรู้ ทฤษฎีพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง และกลไกหลักในการดำเนินกลยุทธ์การจัดการความรู้ โดยใช้วิธีการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากวารสารวิชาการที่ผ่านการตรวจสอบ เอกสารการประชุมวิชาการ และหนังสือที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของกลยุทธ์การจัดการความรู้ในการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันและประโยชน์เชิงกลยุทธ์แก่องค์กร ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและซับซ้อน นอกจากนี้ บทความยังเน้นถึงกลไกสำคัญที่ช่วยยกระดับพฤติกรรมและการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางกลยุทธ์และสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งในระยะยาว

คำสำคัญ: กลยุทธ์ การจัดการความรู้ ทฤษฎีพื้นฐาน กลไกหลัก

Abstract

Knowledge management (KM) has become a critical factor in building organizational confidence, achieving success, and ensuring long-term survival—particularly in the 21st century, where businesses must continuously compete to acquire and maintain competitive advantages as well as wealth and stability. Knowledge management encompasses processes of knowledge capture, reshaping, and application through value-adding activities to create sustainable competitive advantages. This study provides an overview of

*Corresponding Author. Tel: 081 666 5105

Email Address: surachai.t@mail.rmutk.ac.th

knowledge management, its fundamental theoretical frameworks, and its core mechanisms. The methodology involves a synthesis of data from peer-reviewed journals, conference proceedings, and academic texts, focusing on three key dimensions of KM strategies that strengthen organizational competitiveness. The results revealed that core mechanisms within KM strategies directly influence specific organizational behaviors. They also enhance value creation, enabling organizations to meet strategic goals and superior competitiveness even within volatile and dynamic environments.

Keywords: Strategy, Knowledge Management, Fundamental Theories, Core Mechanisms

บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความผันผวนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดความท้าทายอย่างยิ่งต่อองค์กรที่ต้องแข่งขันกันอย่างเข้มข้นเพื่อเอาชนะคู่แข่งและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ปัญหาสำคัญที่องค์กรเผชิญ คือ ความเสี่ยงจากการแข่งขันที่รุนแรงและการสูญเสียฐานลูกค้า ซึ่งก่อให้เกิดความยากลำบากในการติดตามและปรับตัวตามแนวโน้มตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาของนักวิชาการหลายท่าน [1] (Cho & Korte, 2014; [2] Tubigi & Alshawi, 2015) พบว่า “ความรู้” เป็นปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนให้องค์กรสามารถพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากความรู้เป็นศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในระดับโลก [3] (Kakabadse et al., 2003) อีกทั้งยังเป็นแหล่งทรัพยากรที่ก่อให้เกิดความมั่งคั่งและเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสภาพแวดล้อมที่ผันผวนอย่างต่อเนื่อง [4] (Von Krogh et al., 2001)

จากแนวคิดดังกล่าว การจัดการความรู้จึงถือเป็นประเด็นสำคัญในการสร้างคุณค่าและความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กร โดยองค์กรจำเป็นต้องมีความเข้าใจที่ชัดเจนในกระบวนการบริหารจัดการความรู้ ทั้งในด้านการนำความรู้เข้ามาใช้ การส่งผ่าน ปรับเปลี่ยน ขยาย และประยุกต์ใช้ความรู้เหล่านั้นให้สอดคล้องกับเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ขององค์กร [5] (Ipe, 2003; [6] Hooff & Huysman, 2009) กลไกการจัดการความรู้ดังกล่าวประกอบด้วยกระบวนการรวบรวมความรู้จากแหล่งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำมาปรับเปลี่ยนและขยายขอบเขตในระดับกลยุทธ์ ก่อนที่จะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด นอกจากนี้ ความรู้ยังมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพทั้งในด้านปริมาณผลผลิตและคุณภาพของการบริการ ผ่านการบริหารจัดการเวลาและกระบวนการที่รวดเร็ว [7] (Edvardsson & Oskarsson, 2011; [8] Ha et al., 2016)

ท้ายที่สุด องค์กรไม่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดที่มีความผันผวนสูงได้เพียงแค่อบรมความรู้หรือทรัพยากรเท่านั้น แต่จำเป็นต้องมีการเข้าถึงและพัฒนาใช้กลไกการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการอยู่รอดและความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอย่างยั่งยืน [9] (Capeda-Carrion et al., 2016; [10] Sirmon et al., 2007)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อให้เห็นภาพรวมของกลไกหลักที่สนับสนุนและเติมเต็มขอบเขตของการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ
2. เพื่อสำรวจแนวทางร่วมสมัยในการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการความรู้ (Knowledge Management, KM) โดยอิงตามความสามารถแบบไดนามิก (Dynamic Capabilities, DC) จากการวิเคราะห์หัวข้อที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่ขอบเขตการดำเนินกลยุทธ์การจัดการความรู้ (Knowledge Management Strategies, KMS) ที่มีประสิทธิภาพในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
3. เพื่อศึกษากลไกและปัจจัยสำคัญของกลยุทธ์การจัดการความรู้ (KMS) ที่มีประสิทธิภาพ

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีมุมมองตามฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV)

ทฤษฎีมุมมองตามฐานทรัพยากร (RBV) เป็นทฤษฎีที่ให้แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากร (ทรัพยากรสิน) ในบริษัท โดยการจัดการทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้บริษัทมีความได้เปรียบทางการแข่งขันและมีประสิทธิภาพที่เหนือกว่า [11] (Andreeva & Kianto, 2012; [12] Barney, 1991) ซึ่งศักยภาพของ Resource-based View (RBV) ทำให้บริษัทสามารถแข่งขันได้ดีขึ้น และดำเนินการทำให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นในทรัพยากรเฉพาะของบริษัท ซึ่งครอบคลุมถึงคุณลักษณะของทรัพยากรที่มีค่า หายาก เลียนแบบไม่ได้ และไม่สามารถทดแทนได้ (VRIN) [12] (Barney, 1991) และ [13] (Han & Li, 2015) เนื่องจาก Resource-based View (RBV) ถือว่า ทรัพยากรและความสามารถ เป็นสิ่งที่เสถียรคงทน (stable) ที่เกี่ยวข้องกับกลไกการเพิ่มคุณค่าในช่วงเวลาหนึ่ง และจะคงอยู่ตลอด บริษัทจึงพยายามที่จะพัฒนากลยุทธ์เฉพาะนี้ ที่ไม่สามารถคัดลอกได้ง่าย เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ [12] (Barney, 1991). Resource-based View (RBV) ได้ถูกขยายเป็น Knowledge-based View (KBV) ที่ถือว่า ความรู้คือแหล่งที่มาเชิงกลยุทธ์ที่เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน [14] (Kianto et al., 2014; [15] Wang et al., 2016) ข้อได้เปรียบนี้ ขึ้นอยู่กับว่าบริษัทสามารถครอบครอง ทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง [12] (Barney, 1991) การรักษารหัสข้อได้เปรียบอันเป็นหน้าที่ของทรัพยากรหลากหลาย ดังกล่าว การปรับขยายโดยการนำเอากลยุทธ์ใหม่ ๆ มาใช้เพิ่มคุณค่า ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลให้กับธุรกิจ [12] (Barney, 1991) และ [16] (Darroch, 2005)

2. ทฤษฎีมุมมองตามฐานความรู้ (Knowledge-based View: KBV)

มุมมองตามฐานความรู้ (KBV) เน้นวิธีการใช้และประสานเอาทรัพยากรที่สำคัญภายใต้กลไกการสร้างคุณค่า กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นวิธีการของการจัดการในความรู้ต่าง ๆ หรือการจัดการความรู้ [11] (Andreeva & Kianto, 2012) ในด้านเนื้อหาความรู้ขององค์กร เพราะความรู้ถือเป็นทรัพยากรหรือข้อมูลที่มีค่าอย่างยิ่ง ขณะที่คำว่าข้อมูล (information) นั้น ใช้ผ่านทางการจัดโครงสร้างของข้อมูลดิบ (Data) ที่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์เฉพาะ [17] (Novas et al., 2012) นอกจากนี้ ความรู้ยังเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจของมนุษย์ผ่านบุคคลโดยการทำงานที่คงเส้นคงวา (consistency) ในเครือข่ายข้อมูลเหล่านั้น ดังที่ [18] Alavi และ Leidner (2001) กล่าวไว้ว่า ความรู้ สามารถสะท้อนออกมาได้หลายรูปแบบ ที่อาจเป็นสภาวะของจิตใจ เป็นวัตถุ เป็นกระบวนการ และเป็นเงื่อนไขในการเข้าถึงข้อมูล รวมถึงเป็นความสามารถที่เกี่ยวกับการสร้างคุณค่าในกระบวนการที่ทำงานอยู่ อย่างไรก็ตาม ความรู้อาจล้าสมัยได้หากไม่มีการจัดการที่เหมาะสมภายในบริษัท จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ องค์กรจะต้องประเมินกระบวนการจัดการที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มขยายความรู้ที่เกิดคุณค่าใหม่ ๆ มากขึ้น [19] (Karimi & Javanmard, 2014; [20] OuYang, 2015) ดังนั้น การจัดการความรู้ (KM) ที่ดี จึงช่วยให้บริษัทสามารถ ได้ความรู้มา สามารถแผ่ขยาย และปรับใช้ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เป้าหมายบรรลุสำเร็จตามที่ต้องการ [21] (Nonaka et al., 2000; [22] Rehman et al., 2022; [23] Sveiby, 1996)

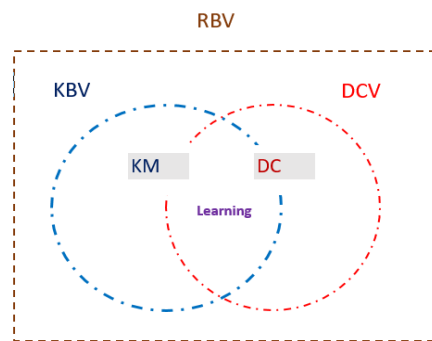
ความสามารถขององค์กรในการจัดโครงสร้างความรู้ที่เหมาะสมเชิงกลยุทธ์นั้น สะท้อนถึงแหล่งที่มาของ ข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน [21] (Nonaka et al., 2000) และ [24] (Parent et al., 2000) ซึ่งโดยพื้นฐานแล้ว กลยุทธ์ เฉพาะจะกำหนดแนวทางโดยรวม หรือวิธีการที่ให้ได้มา และปรับใช้ความรู้เหล่านั้นอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ มุ่งเน้นความสำเร็จให้กับองค์กร [25] (Ode & Ayavoo, 2020; [26] Yang, 2010) ขณะที่ เมื่อองค์กรมีการมุ่งเน้นการจัดการ ความรู้ (KM) ที่ร่วมเป็นสังคมและเป็นหนึ่งเดียวกัน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างคุณค่า ผ่านทางการบูรณาการ กิจกรรมต่าง ๆ ที่เพิ่มคุณค่าให้กับกระบวนการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ขององค์กร [27] (Oluikpe, 2012; [28] Sajjad, 2008) การทำงานร่วมกันของฟังก์ชันการจัดการความรู้ (KM) จะแปลงเอาความรู้ขององค์กรให้เป็นความสามารถเชิงกลยุทธ์ที่เหนือ คู่แข่ง [16] (Darroch, 2005) และ [29] (Zahedi & Khanachah, 2020) กลยุทธ์เฉพาะเหล่านี้ จะชี้ให้เห็นว่า ความรู้ของ องค์กรอยู่ที่ไหน และจะจัดการความรู้เหล่านั้นอย่างไร จึงจะดีที่สุด เพื่อเพิ่มคุณค่าและความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ

แม้ว่าข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนนั้น ไม่ได้หมายความว่าคงอยู่ตลอดไป ซึ่งกระบวนการนี้ อาจจะไม่สามารถแข่งขันได้อีกต่อไป อาจมีคนทำซ้ำได้ง่าย ๆ ด้วยความพยายามของคู่แข่งเนื่องจากข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนนี้อาจถูกทำลายและเปลี่ยนแปลงอย่างไม่คาดคิดในโครงสร้างเศรษฐกิจ ตามแนวโน้มอุตสาหกรรมหรือตลาด [12] (Barney, 1991) ยิ่งไปกว่านั้น การเปลี่ยนแปลงที่ไม่แน่นอนดังกล่าวนี้ อาจทำให้สิ่งที่เคยเป็นแหล่งที่มาของข้อได้เปรียบ กลายเป็นสิ่งที่ไม่ใช่ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันอีกต่อไป ดังนั้น ทรัพยากร (resource) ต่าง ๆ ขององค์กร จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา เพื่อบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ โดยผ่านทางความสามารถแบบไดนามิก ในสภาพแวดล้อมผันผวน ผ่านทางการจัดการความรู้ (KM) ที่ เป็นความสามารถที่มีมิติเฉพาะ (การได้มา การสร้าง การปรับจัดเก็บ การแปลง ปรับใช้ ฯลฯ ความรู้: knowledge acquisition, creation, storage, conversion, use, etc.)

3. ทฤษฎีมุมมองความสามารถแบบไดนามิก (Dynamic Capability View: DCV)

มุมมองความสามารถแบบไดนามิก (DCV) เป็นทฤษฎีที่ขยายออกมาจากมุมมองตามฐานทรัพยากร (RBV) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน [30] (Teece et al., 1997) มุมมองตามฐานทรัพยากร (RBV) ระบุว่าข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นผลจากการได้มาและใช้ทรัพยากรที่มีค่า หายาก เลียนแบบไม่ได้ และไม่สามารถทดแทนได้ (VRIN) [12] (Barney, 1991) แม้ว่าจะเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมแบบคงที่ แต่มุมมองตามฐานทรัพยากร (RBV) ก็ไม่ได้อธิบายว่า องค์กรปรับฐานทรัพยากรให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างไร ซึ่งหากไม่มีการปรับเปลี่ยนแล้ว ข้อได้เปรียบในการแข่งขันดังกล่าว อาจไม่ยั่งยืนในสภาพแวดล้อมแบบไดนามิก ดังนั้น มุมมองความสามารถแบบไดนามิก (DCV) จึงเข้ามาเติมเต็มช่องว่างนี้ ในมุมมองความสามารถแบบไดนามิก (DCV) นี้ ความสามารถแบบไดนามิกจะมุ่งเน้นไปที่ความรู้เป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้องค์กรอยู่รอดในสภาพแวดล้อมหรือตลาดที่ผันผวน [30] (Teece et al., 1997) ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นบทบาทการปรับระดับ หรือส่งผ่านให้เกิดประสิทธิภาพที่เหนือกว่า และความได้เปรียบทางการแข่งขันในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง [31] (Abbas et al., 2019; [32] Hsu & Wang, 2012; [33] Wu et al., 2007; [34] Zott, 2003) นั่นคือ มุมมองความสามารถแบบไดนามิก (DCV) นั้น เหนือกว่ามุมมองตามฐานทรัพยากร (RBV) ในสภาพแวดล้อมที่ผันผวน ซึ่งองค์กรหรือบริษัทที่มีความสามารถแบบไดนามิกนี้ จะสามารถยกระดับ หรือช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นักวิชาการของทฤษฎีมุมมองความสามารถแบบไดนามิก (DCV) ได้ขยายทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร (RBV) ไปสู่ตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว [35] (Helfat & Peteraf, 2003; [36] Helfat & Peteraf, 2009) นักวิจัยเหล่านี้ ชี้ให้เห็นว่าการมีอยู่ของชุดทรัพยากรนั้นไม่เพียงพอที่จะรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่รวดเร็วและคาดเดาไม่ได้ ทฤษฎีมุมมองความสามารถแบบไดนามิก (DCV) ได้เน้นไปที่สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงมากกว่า ซึ่งมีความจำเป็นต้องดัดแปลงกลไกต่าง ๆ กล่าวคือ กลไกการสร้าง ขยาย และอัปเดต ทรัพยากรหรือความสามารถองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะรักษาความสามารถในการแข่งขัน [37] (Teece, 2007) มุมมองนี้ สะท้อนให้เห็นบทบาทของความสามารถแบบพลวัต Dynamic Capability (DC) ในการแปลงเอาความสามารถหรือทรัพยากรองค์กรผ่านทางความตั้งใจที่เฉพาะเจาะจงนั่นเอง อย่างไรก็ตาม มีนักวิชาการหลายคน [30] (Teece et al., 1997), [37] (Teece, 2007) และ [38] (Eisenhardt & Martin, 2000; [39] Makkonen et al., 2014) ได้จัดประเภทความสามารถแบบไดนามิกหรือพลวัต (DC) แตกต่างกันไปในขอบเขตทางทฤษฎี นั่นคือ ลักษณะเฉพาะตัวของความสามารถแบบไดนามิก ซึ่งระบุถึงหน้าที่ของความสามารถนี้ (DC) ในด้านหนึ่งนั้น เป็นผู้นำในการพัฒนาและกำหนดเส้นทางวิวัฒนาการไปสู่ขอบเขตใหม่ที่อยู่นอกเหนือจากขอบเขตเชิงวิวัฒนาการนี้ โดยผ่านกลไกการยกระดับหรือเพิ่มทีละเล็กละน้อย [40] (Pandza & Thorpe, 2009) ในอีกด้านหนึ่ง ก็มีนักวิชาการ [41] (Lavie, 2006) ที่ระบุว่า ความสามารถแบบไดนามิก (DC) นี้สามารถทำงานในกลไกการพัฒนาที่รุนแรงและรวดเร็วได้ (การปรับปรุง/การทดแทน) มากกว่าวิวัฒนาการเพียงอย่างเดียวทั้งภายในและภายนอกองค์กรตามความผันผวนของสภาพแวดล้อม ทฤษฎีนี้ (DCV) แสดงให้เห็นกลไกที่ยกระดับความสามารถที่สำคัญในการปรับเปลี่ยนยกระดับความได้เปรียบและความอยู่รอด ในสภาพแวดล้อมหรือตลาดผันผวนเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว



รูปที่1: ขอบเขตความสัมพันธ์ของ KM และ DC จากทฤษฎีหลัก RBV KBV และ DCV (Source: Authors)

4. ความสามารถแบบไดนามิก/พลวัต (DC)

ความสามารถแบบไดนามิก (DC) สะท้อนให้เห็นจากมุมมองตามฐานทรัพยากร (RBV) มุมมองตามความรู้ (KBV) มาจนถึงมุมมองความสามารถแบบไดนามิก (DCV) กล่าวคือ ความสามารถแบบไดนามิก (DC) เป็นส่วนย่อยของกลไกการจัดการความรู้ [42] (Nielsen, 2006) ในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความเป็นพลวัตนั้น ทำให้ความสามารถแบบไดนามิก (DC) สามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่ามุมมองคงเส้นคงวาในทฤษฎีฐานทรัพยากร (RBV) [43] (Lin & Wu, 2014) ความสามารถแบบไดนามิก (DC) จะช่วยสร้างคุณลักษณะเฉพาะ ซึ่งผลักดันให้ผู้บริหารปกป้องกิจกรรมและวัฒนธรรมขององค์กรจากวิธีการที่สะดวกสบายที่คู่แข่งจะจำลองนำไปใช้ [44] (Teece, 2014) ดังที่นักวิชาการ [37] (Teece, 2007) และ [45] (Zahra et al., 2006) กล่าวไว้ว่า ความสามารถ (DC) นี้ สะท้อนถึงความสามารถระดับสูงที่บูรณาการ สร้าง และกำหนดค่าความรู้หรือทรัพยากรเฉพาะทั้งภายในและภายนอกขึ้นใหม่ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนให้องค์กร ซึ่งถ้าไม่มีกลไกความรู้ทางการจัดการที่เหมาะสมแล้ว ความรู้ดังกล่าว อาจล้าสมัยและไร้ประโยชน์ได้ [19] (Karimi & Javanmard, 2014) และ [46] (Ansari et al., 2012) ดังนั้น องค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องเข้าใจถึงกลไกที่มีประสิทธิภาพในการจัดการความรู้ เพื่อคงรักษาความสามารถทางการแข่งขัน และการเอาชนะขีดจำกัดของตนเองให้เหนือคู่แข่งในสภาวะไม่ที่แน่นอน [20] (OuYang, 2015)

5. การจัดการความรู้ (KM)

ผู้เชี่ยวชาญหลายคน ได้ให้คำจำกัดความของการจัดการความรู้ (KM) ไว้หลายแนวทาง การจัดการความรู้คือความสามารถในการจัดการความรู้ เช่น การรวบรวมความรู้จากภายในหรือภายนอกองค์กร การปรับเปลี่ยนความรู้เป็นแนวคิดหรือกลยุทธ์ใหม่ๆ และแปลงหรือปรับใช้และปกป้องความรู้เหล่านั้น [47] (Gold et al., 2001) เนื่องจากความรู้ (Knowledge) ถือเป็นข้อมูล (information) ที่มีคุณค่าอย่างยิ่ง ขณะที่ข้อมูล (information) นั้น เป็นการจัดโครงสร้างของข้อมูลดิบ (Data) ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง [17] (Novas et al., 2012) ความรู้ (Knowledge) สามารถสะท้อนออกมาได้ในหลายมุมมองได้แก่ สภาวะของจิตใจ วัตถุ กระบวนการ เจื่อนไขเพื่อเข้าถึงข้อมูล และความสามารถที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างคุณค่า [18] (Alavi & Leidner, 2001) ความรู้ (Knowledge) ยังอาจประกอบด้วยข้อมูล ทักษะ และความเชี่ยวชาญ [48] (Anand & Walsh, 2016) บริษัทต่าง ๆ ต้องมีกระบวนการเฉพาะเจาะจง เพื่อจัดการให้ความรู้บรรลุเป้าหมายทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ [20] (OuYang, 2015) ดังนั้น การจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) สามารถดึงดูดหรือขยายความสามารถใหม่ๆ เพื่อเพิ่มนวัตกรรม ประสิทธิภาพการทำงาน และคุณค่าให้กับลูกค้าขององค์กร โดยผ่านกลไกการทำหน้าที่เป็นกระบวนการอย่างเป็นระบบในการรวบรวม จัดระเบียบ และสื่อสาร ทั้งที่เรียกว่าความรู้โดยปริยาย (Implicit) และความรู้โดยชัดแจ้ง (Explicit) ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้เพื่อบรรลุกลยุทธ์เป้าหมายองค์กรได้ [49] (Alavi et al., 2006; [50] Massey & Montoya-Weiss, 2006; [51] Rogers, 2001; [52] Schultze & Leidner, 2002) การจัดการความรู้ (KM) ยังช่วยให้บริษัทต่าง ๆ ตระหนักถึงขอบเขตพื้นที่ขององค์ความรู้และกลไกที่

ความรู้เหล่านั้นจะถูกขยาย ปรับ แปลง เป็นความรู้ใหม่ๆ ที่ทำให้องค์กรอยู่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ [49] Alavi et al., 2006) และ [53] (Newell et al., 2004)

พื้นที่ของการจัดการความรู้ (KM) และความสามารถแบบไดนามิก (DC) ถูกนำมาใช้ เพื่อค้นหาวิธีที่ดีที่สุดในการบริหารจัดการในสภาพแวดล้อมหรือตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงผันผวนและไม่แน่นอน เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันให้ดีขึ้น [38] (Eisenhardt & Martin, 2000) มุมมองทั้งสองนี้ต่างก็ยอมรับถึงความสำคัญของมันและกัน ดังนั้น บริษัทจึงสามารถสร้างความสามารถแบบไดนามิก (DC) เพื่อช่วยสร้างความได้เปรียบคู่แข่งโดยการปรับแปลงการจัดการความรู้ (KM) เพื่อบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากมุมมองเหล่านี้ช่วยขยายจากมุมมองพื้นฐานของมุมมองตามฐานทรัพยากร (RBV) มุมมองตามฐานความรู้ (KBV) และมุมมองความสามารถแบบไดนามิก (DCV) ซึ่งใช้กันอย่างแพร่หลายดังได้กล่าวข้างต้น ทั้งการจัดการทรัพยากร ความรู้ และพัฒนาทรัพยากรความรู้ใหม่ในกระบวนการเพิ่มคุณค่าเฉพาะเจาะจง รวมทั้งการยกระดับความสำเร็จทางธุรกิจ [16] (Darroch, 2005) และ [54] (Amit & Schoemaker, 1993; [51] Rogers, 2001)

วรรณกรรมต่าง ๆ ก่อนหน้านี้ สะท้อนให้เห็นการทับซ้อนกันระหว่างการจัดการความรู้ (KM) และความสามารถแบบไดนามิก (DC) โดยระบุถึงในการรับรู้ การปรับปรุง และการปรับเปลี่ยนความรู้นั้น ได้แสดงความเกี่ยวข้องกันในแนวคิดการเรียนรู้ (Learning) [38] (Eisenhardt & Martin, 2000) และ [55] (Zollo & Winter, 2002) ซึ่งการเรียนรู้ (Learning) แสดงให้เห็นถึงกระบวนการการทำงานในรูปแบบเฉพาะที่อยู่เบื้องหลังความสามารถแบบไดนามิก (DC) ซึ่งอิงอยู่กับกับการทำซ้ำ การทดลอง และการเข้าถึงโอกาสใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าและประโยชน์ต่าง ๆ ให้กับองค์กร [30] (Teece et al., 1997) และ [56] (Bowman & Ambrosini, 2003) ซึ่งจะมีฉันทามติในวงกว้างในวรรณกรรมถึงความสามารถในการเรียนรู้อันเป็นแหล่งที่มาของความสามารถแบบไดนามิก (DC) [38] (Eisenhardt & Martin, 2000) ขณะที่แนวคิดของการจัดการความรู้ (KM) และความสามารถในการเรียนรู้ มักจะอยู่ในสาขาการวิจัยที่แตกต่างกัน แต่ยังคงเป็นตัวกำหนดการยกระดับกระบวนการเพิ่มคุณค่า เช่น การสร้าง การเก็บรักษา และการประยุกต์ใช้ความรู้ กระบวนการเหล่านี้มักจะทำงานร่วมกันในลักษณะที่การจัดการความรู้ (KM) ถือเป็นการเรียนรู้ที่ได้รับมา การจัดการโดยผ่านการจัดเตรียมโซลูชันที่มีความเฉพาะเจาะจง [57] (Vera & Crossan, 2003) ส่วนการเรียนรู้ เป็นโอกาสในการรวมข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความสามารถแบบไดนามิก (DC) และการจัดการความรู้ (KM) ของกระบวนการสร้างคุณค่าให้องค์กรภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน [42] (Nielsen, 2006) ภายใต้พื้นที่ทับซ้อนของการเรียนรู้ทั้งสองส่วนนี้ ช่วยสร้างคุณค่าเฉพาะที่ให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และประโยชน์ทางธุรกิจมากขึ้น [42] (Nielsen, 2006) และ [58] (Easterby-Smith & Prieto, 2008)

เพื่อให้เห็นภาพรวมของแนวคิดและกลไกที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ (Knowledge Management System: KMS) ตารางที่ 1 และตารางที่ 2 สรุปโมเดลและทฤษฎีหลักที่สนับสนุนการออกแบบและการใช้งาน KMS โดยเชื่อมโยงกับทฤษฎีสำคัญสามมิติ ได้แก่ RBV, KBV และ DCV รวมถึงโมเดลและกระบวนการจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้อง การสรุปในรูปแบบตารางนี้ช่วยให้เห็นชัดเจนว่าทฤษฎีแต่ละมิตีมีบทบาทอย่างไรต่อการสร้าง การจัดเก็บ การแบ่งปัน และการใช้ความรู้ พร้อมทั้งบทบาทของเทคโนโลยีสนับสนุนในการเพิ่มประสิทธิภาพและการปรับตัวขององค์กร

ตารางที่ 1 สรุปโมเดลแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ KMS

โมเดล/ทฤษฎี	คำอธิบายสั้น	ประเด็นสำคัญต่อ KMS
RBV (Resource-Based View)	องค์กรได้เปรียบจากทรัพยากรที่มีลักษณะ VRIN (Valuable, Rare, Inimitable, Non-substitutable)	KMS คือหนึ่งในทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ ช่วยสร้างและเก็บองค์ความรู้เป็นทรัพยากรที่เลียนแบบยาก
KBV (Knowledge-Based View)	ความรู้เป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์หลักขององค์กรที่สร้างคุณค่า	KMS คือเครื่องมือหลักในการสร้าง จัดเก็บ ถ่ายทอด และใช้ความรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

โมเดล/ทฤษฎี	คำอธิบายสั้น	ประเด็นสำคัญต่อ KMS
DCV (Dynamic Capabilities View)	ความสามารถองค์กรในการปรับตัว สร้าง และรีคอนฟิกทรัพยากรให้เหมาะสมกับ สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	KMS สนับสนุนการเรียนรู้ต่อเนื่องและการ ปรับกระบวนการความรู้ให้ทันสถานการณ์
SECI Model (Nonaka & Takeuchi)	วงจรการแปลงความรู้ 4 ขั้นตอน (Socialization, Externalization, Combination, Internalization)	KMS เป็นแพลตฟอร์มช่วยให้การแปลงและ แร่ความรู้เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ
Technology Acceptance Model (TAM)	การยอมรับเทคโนโลยีขึ้นกับการรับรู้ประโยชน์ และความง่ายในการใช้งาน	ออกแบบ KMS ให้ใช้งานง่ายและเห็นคุณค่า ชัด เพื่อเพิ่มการใช้งานจริง
Knowledge Management Process Model	กระบวนการจัดการความรู้: สร้าง, จัดเก็บ, แบ่งปัน, ใช้ประโยชน์	KMS ช่วยให้ทุกขั้นตอนดำเนินได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 2 กลไก KMS เชื่อมกับ RBV-KBV-DCV

กลไก KMS	บทบาทใน RBV	บทบาทใน KBV	บทบาทใน DCV
การสร้างความรู้ (Knowledge Creation)	เพิ่มทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่มีคุณค่าและเลียนแบบยาก	สร้างองค์ความรู้ใหม่เป็นสินทรัพย์หลัก	เพิ่มความสามารถปรับตัวโดยสร้าง ความรู้จากสภาพแวดล้อมใหม่
การจัดเก็บความรู้ (Knowledge Storage)	ทำให้ความรู้กลายเป็นทรัพยากรสะสมในองค์กร	รักษาความรู้เป็นทุนทางปัญญา	เก็บฐานข้อมูลเพื่อใช้ในการปรับกล ยุทธ์ในอนาคต
การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing)	กระจายทรัพยากรความรู้ให้ เกิดคุณค่าสูงสุด	ส่งเสริมการใช้ความรู้ ร่วมกันในองค์กร	สร้างการเรียนรู้ข้ามทีมและการ ปรับตัวรวดเร็ว
การใช้ความรู้ (Knowledge Utilization)	แปลงความรู้ให้กลายเป็นความ ได้เปรียบเชิงการแข่งขัน	ใช้ความรู้เพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินงาน	ปรับใช้ความรู้ในสถานการณ์ใหม่ อย่างรวดเร็ว
เทคโนโลยีสนับสนุน (IT Tools)	ทำให้ทรัพยากรมีประสิทธิภาพ และเข้าถึงได้ง่าย	เสริมศักยภาพการประมวล และประยุกต์ความรู้	เพิ่มความคล่องตัวในการ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยในครั้งนี้มีการออกแบบให้เชื่อมโยงอย่างเป็นระบบกับแนวคิดเชิงทฤษฎี โดยใช้กรอบการวิเคราะห์ที่อ้างอิงจากตารางสรุปโมเดลแนวคิดและกลไก KMS เป็นหลัก ขั้นแรก ผู้วิจัยได้ระบุโมเดลและทฤษฎีสำคัญผ่านการ ทบทวนวรรณกรรมพื้นฐาน ได้แก่ Resource-Based View (RBV), Knowledge-Based View (KBV) และ Dynamic Capabilities View (DCV) รวมถึงโมเดลการจัดการความรู้ เช่น SECI Model, Knowledge Management Process Model และ Technology Acceptance Model (TAM) เพื่อทำความเข้าใจบทบาทของทรัพยากร ความรู้ และความสามารถแบบไดนามิกที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การจัดการความรู้ จากนั้นได้วิเคราะห์กลไก KMS โดยเชื่อมโยงกับ RBV-KBV-DCV เพื่อระบุ

บทบาทขององค์ประกอบ เช่น การสร้าง จัดเก็บ แบ่งปัน และใช้ความรู้ ตลอดจนการสนับสนุนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Tools) ต่อการสร้างคุณค่าเฉพาะและเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรในสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน ต่อมาได้เชื่อมโยงมิติการจัดการความรู้กับความสามารถแบบไดนามิก เพื่อวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้และการปรับตัวขององค์กร โดยชี้ให้เห็นว่ากลไก KMS เป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและปรับโครงสร้างทรัพยากรได้อย่างต่อเนื่องในตลาดที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว สุดท้ายได้สังเคราะห์มิติและกลไกหลักเพื่อนำไปทดสอบในงานวิจัยเชิงประจักษ์ เช่น การประเมินบทบาทของ KMS ในการสร้างและใช้ความรู้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน อันช่วยให้การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างแนวคิดเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติจริง โดยสรุป วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพนี้สามารถเชื่อมโยง RBV-KBV-DCV กับกลไก KMS ได้อย่างมีระบบ และชี้ให้เห็นว่ากลไกดังกล่าวเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการสร้างความสามารถแบบไดนามิกและคุณค่ากลยุทธ์เฉพาะสำหรับองค์กรในสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน

การอภิปราย

ในทฤษฎีของมุมมองตามทรัพยากร (RBV) มุมมองตามความรู้ (KBV) และมุมมองความสามารถแบบไดนามิก (DCV) เป็นมุมมองที่โดดเด่น ซึ่งพื้นที่สำคัญอยู่ที่จุดเชื่อมต่อของโดเมนของการจัดการความรู้ (KM) และความสามารถแบบไดนามิก (DC) ที่ควรพิจารณาทั้งสองอย่างร่วมกัน แทนที่จะพิจารณาแยกกัน [43] (Lin & Wu, 2014) และ [59] (Kaur, 2022) นอกจากนี้ ยังได้ระบุพื้นที่ทับซ้อนร่วมกันนี้ ที่ก่อให้เกิดกลยุทธ์การจัดการความรู้ (KMS) ที่มีความเป็น Unique ทำให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์เฉพาะขององค์กร เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และประโยชน์ต่าง ๆ ให้องค์กรในสถานการณ์เชิงพลวัต



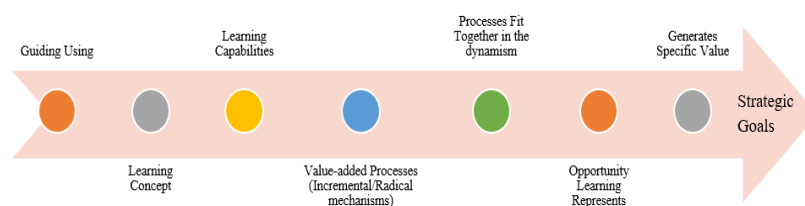
รูปที่ 2: ทฤษฎีหลักของกลยุทธ์การจัดการความรู้ (KMS) (Source: Authors)

วรรณกรรมเกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ (KM) แสดงให้เห็นแรงผลักดันที่สำคัญของการกระทำที่สร้างคุณค่าให้องค์กรอยู่รอดในแง่ต่าง ๆ ของสภาพแวดล้อมแบบไดนามิก [47] (Gold et al., 2001) และ [60] (Al-Emran et al., 2018; [61] Cui et al., 2005; [62] Spender, 1996) บทความนี้ได้นำเสนอการจัดการความรู้ (KM) อันเป็นกิจกรรมที่สร้างคุณค่าในการจัดการกับความรู้ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ขณะที่กลยุทธ์ต่าง ๆ เหล่านั้นถือเป็นชุดแผนปฏิบัติการที่ทำให้บรรลุเป้าหมายเฉพาะเจาะจงในหลากหลายมิติ บทความการศึกษานี้ระบุกลยุทธ์การจัดการความรู้ (KMS) คือการจัดการความรู้ที่อยู่บนพื้นฐานความสามารถแบบไดนามิก (DC) และทำการรวบรวมการวิเคราะห์เชิงหัวข้อจากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งระบุชุดแนวปฏิบัติในการจัดการความรู้ผ่านกลยุทธ์ในมิติต่าง ๆ เช่น แนวทางที่สร้าง ที่ทำให้ได้มา รับรู้ ซึมซับ ยึด ฉวย จับไว้ จัดระเบียบ ปรับปรุง เปลี่ยน ปรับอัปเดต เผยแพร่ ประยุกต์ใช้งาน ใช้ประโยชน์ ปกป้อง บูรณาการ เก็บ ฯลฯ [22] (Rehman et al., 2022; [39] Makkonen et al., 2014; [47] Gold et al., 2001; [63] Kump et al., 2019)

สำหรับกลไกโดยรวมของกลยุทธ์การจัดการความรู้ (KMS) โดยการวิเคราะห์เชิงหัวข้อและการทบทวนวรรณกรรมแสดงให้เห็นถึงลักษณะหลากหลายมิติของกลไกเหล่านี้ ซึ่งสะท้อนการทำงานที่เป็นทั้งแบบมีลำดับและแบบทำซ้ำ ๆ กัน [64] (Rowley, 2001) นอกจากนี้ ภายในกลยุทธ์หรือมิติต่าง ๆ ยังทำงานทั้งในทิศทางคู่ขนานกัน และสนับสนุนซึ่งกันและกัน [42] (Nielsen, 2006) ในรูปแบบการดำเนินการ แบบวนซ้ำที่เกิดขึ้นพร้อมกัน ทับซ้อน และทำงานร่วมกัน [58]

(Easterby-Smith & Prieto, 2008) ต่อเนื่อง [65] (Kayani & Zia, 2012) ซึ่งในงานวิจัย ได้เสนอกลไกกลยุทธ์การจัดการความรู้ (KMS) ที่ทำงานไปพร้อม ๆ กัน และอาจไม่จำเป็นต้องเป็นแบบเรียงลำดับ หรืออาจเป็นแบบวนซ้ำและทับซ้อนกัน [66] (Hoffman et al., 2005; [67] Seleim & Khalil, 2007; [68] Seleim & Khalil, 2011) ในทางตรงกันข้าม มีกลไกการจัดการความรู้ (KM) ที่แสดงเป็นกลไกแบบวงจรต่อเนื่อง [69] (Sabri, 2022; [70] Zhao et al., 2013) และเป็นแบบเรียงลำดับที่ไม่เป็นเชิงเส้นอีกด้วย เพื่อเพิ่มคุณค่าและประโยชน์ให้กับองค์กรธุรกิจ [9] (Cepeda-Carrion et al., 2016)

บทความนี้ ได้รวบรวม วิเคราะห์ และมุ่งเน้นไปยังกลไกต่าง ๆ ของกลยุทธ์การจัดการความรู้ (KMS) ที่มีในการบริหารจัดการความรู้ (KM) อิงตามความสามารถแบบไดนามิก (DC) ซึ่งมีลักษณะโมเดลการเรียนรู้พิเศษเฉพาะเจาะจงตามสภาพแวดล้อม ซึ่งสามารถระบุกลไกการทำงานทั้งในพฤติกรรมรูปแบบการเรียงลำดับและไม่เรียงลำดับตามขั้นตอนต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบการทำซ้ำหรือปรับเปลี่ยนเพื่อเพิ่มความสามารถระดับสูง [58] (Easterby-Smith & Prieto, 2008) และ [70] (Zhao et al., 2013) ให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน ความสำเร็จและความอยู่รอดของธุรกิจ กล่าวคือเป็นการบูรณาการมิติการจัดการความรู้เชิงกลยุทธ์หลากหลายประการภายใต้มิติหลัก ซึ่งงานนี้จากการทบทวนวรรณกรรมและการวิเคราะห์เชิงหัวข้อในกลยุทธ์ชี้ให้เห็นแนวทางผลลัพธ์มิติหลัก 3 มิติ/กลยุทธ์ได้แก่ การได้มา (Acquisition: AQ) การปรับเปลี่ยน (Conversion: CV) และการปรับใช้ (Application: AP) ความรู้อย่างตั้งใจ อันเป็นการสร้างคุณค่าใหม่เข้าถึง/บรรลุเป้าหมายกลยุทธ์ตามสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ



รูปที่3: กลไกการทำงานของ KM บนพื้นฐาน DC ของกลยุทธ์การจัดการความรู้ (KMS) (Source: Authors)

1. การได้มาของความรู้ (AQ)

การได้มา (AQ) เป็นกระบวนการความรู้ที่ได้รับมาจากการจัดการความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีการใช้คำศัพท์ทั่วไปหลายคำ เพื่ออธิบายกระบวนการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดหา ค้นหา สร้าง จับ บูรณาการ และร่วมมือกัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการได้มาแล้วสะสมความรู้ไว้ การสร้างความรู้ใหม่จากความรู้ที่มีอยู่เดิมในพอร์ตโฟลิโอที่ระบุไว้ในคำศัพท์นี้จะรวมถึงความพยายามของผู้บริหารในการตรวจจับเอา (Sense-Size) ความรู้ใหม่ และการพัฒนาความรู้ที่มีอยู่เดิมให้เป็นความรู้ใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ (นวัตกรรม) อันเป็นประเด็นหลักสำคัญของการจัดหาได้มาของความรู้ [71] (Inkpen & Dinur, 1998) รวมถึงความสามารถขององค์กรเพื่อให้ได้ความรู้ใหม่มา ผ่านทางการรวบรวมข้อมูล ความต้องการของลูกค้าและตลาดในระยะยาว [47] (Gold et al., 2001) บริษัทต้องดำเนินการวิเคราะห์ช่องว่างของความรู้และกระบวนการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงาน เพื่อการปรับปรุงเฉพาะและเหมาะสม [47] (Gold et al., 2001; [68] Seleim & Khalil, 2007) โดยมีกระบวนการบูรณาการแหล่งข้อมูล และประเภทความรู้ที่แตกต่างกัน [47] (Gold et al., 2001) ซึ่งบริษัทอาจใช้เครือข่ายข้อมูลเป็นแหล่งความรู้ และยังจัดสรรทรัพยากรให้เพิ่มความสามารถของพนักงาน [39] (Makkonen et al., 2014; [47] Gold et al., 2001) ขณะที่บริษัทสามารถประสบความสำเร็จในการบูรณาการและร่วมมือกันของพนักงานกับแผนกอื่น ๆ [72] (Tseng & Lee, 2014) ทั้งในกระบวนการของการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรอีกด้วย [47] (Gold et al., 2001) สิ่งสำคัญคือ กระบวนการนี้เกี่ยวข้องกับการได้รับความรู้เข้ามาทั้งจากภายในและภายนอกบริษัท [47] (Gold et al., 2001) และ [63] (Kump et al., 2019) เพื่อพัฒนาความรู้ใหม่ ให้บรรลุเป้าหมายเฉพาะภายใต้สถานการณ์

ที่มีการแข่งขัน เป็นแนวทางการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น เมื่อสามารถค้นหาความรู้ใหม่ เกิดการถ่ายโอนความรู้ต่าง ๆ จากแหล่งเดิม จึงนำไปปรับใช้ให้ตรงความต้องการ [18] (Alavi & Leidner, 2001) โดยสรุปแล้ว มิติหลักของการได้มาซึ่งความรู้ (AQ) นี้หมายถึง การสร้าง พัฒนาความรู้ใหม่จากข้อมูล สารสนเทศ หรือความรู้ที่มีอยู่มา เพื่อพัฒนาเพิ่มคุณค่า และความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร

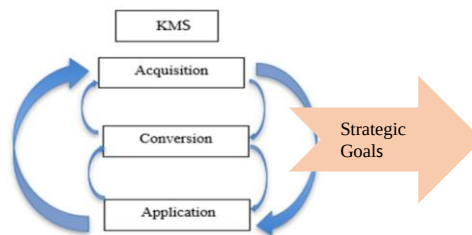
2. การแปลงความรู้ (Conversion: CV)

การแปลงความรู้ (Conversion: CV) คือ กระบวนการที่มุ่งเน้นการปรับความรู้ที่มีอยู่นั้นมาเพื่อก่อประโยชน์ในหลากหลายรูปแบบ นอกจากนี้ ยังระบุถึงความสามารถในการจัดระเบียบหรือปรับเปลี่ยนใช้ความรู้ [47] (Gold et al., 2001) ถ่ายโอน พัฒนา [39] (Makkonen et al., 2014) และอัปเดต เพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายของความรู้ใหม่ [39] (Makkonen et al., 2014; [43] Lin & Wu, 2014; [73] Lui & Deng, 2015) บริษัทต้องพัฒนารอบการทำงาน เพื่อจัดระเบียบความรู้ เนื่องจากความรู้เกี่ยวกับหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง อาจอยู่ในส่วนต่าง ๆ หรือกระบวนการต่าง ๆ ภายในองค์กร ซึ่งในการจัดระเบียบความรู้ นั้น อาจจะลดความซ้ำซ้อน เพิ่มการนำเสนอที่สอดคล้องกัน และปรับปรุงประสิทธิภาพโดยกำจัดปริมาณที่มากเกินไป [74] (Davenport & Klahr, 1998) กระบวนการดังกล่าวช่วยให้บริษัทสามารถแทนที่ความรู้ที่ล้าสมัยได้ นอกจากนี้ ความรู้ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลจะต้องถูกบูรณาการเข้าด้วยกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสำเร็จให้ได้มากที่สุด การปรับปรุง (CV) จะทำหน้าที่เป็นความสามารถองค์กรในการใช้งานและเข้าถึงความรู้ได้ง่ายตามความต้องการความสามารถนี้ จะเกี่ยวข้องกับการแปลงความรู้เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ โดยมีจุดประสงค์ [47] (Gold et al., 2001) ซึ่งผู้จัดการทำการพัฒนางานประจำเพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการพัฒนาขั้นตอนการผลิตใหม่ หรือการดำเนินงานองค์กร [39] (Makkonen et al., 2014) กระบวนการเหล่านี้ จะช่วยตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างรวดเร็ว [43] (Lin & Wu, 2014) เนื่องจากบริษัทมีกระบวนการในการแปลงข้อมูลเชิงลึกของคู่แข่งเป็นแผนปฏิบัติการ [47] (Gold et al., 2001) บริษัทได้นำเอางานประจำหรือรูทีนมาอัปเดต ปรับ และจัดระบบเพิ่มประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้พนักงาน [39] (Makkonen et al., 2014) เพื่อแทนที่ความรู้ที่ล้าสมัย [73] (Lui & Deng, 2015) ซึ่งช่วยกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารหรือการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล [43] (Lin & Wu, 2014)

3. การปรับใช้ความรู้ (Application: AP)

การปรับใช้ (AP) คือกระบวนการปรับเพื่อใช้ความรู้ในการสร้างคุณค่าให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ AP แสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรโดยนำความรู้ที่ได้รับไปปรับประยุกต์ใช้ประโยชน์หรือปรับใช้ความรู้ต่าง ๆ ผ่านกลไกที่สามารถสร้างคุณค่า ทำให้เกิดความรู้ให้แตกต่างกันเพื่อใช้ในกระบวนการแก้ไขปัญหา การตัดสินใจ การวางแผน การควบคุม และการประเมินผล ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน ซึ่งผู้จัดการสามารถนำความรู้ที่เรียนรู้จากความผิดพลาด และประสบการณ์ไปปรับและขยายเพื่อแก้ปัญหาใหม่ ๆ [47] (Gold et al., 2001) และ [73] (Liu & Deng, 2015) อีกทั้ง ใช้ปรับทิศทางเชิงกลยุทธ์ ตลอดจนค้นหา และนำไปใช้กับเงื่อนไขทางการแข่งขันต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการปรับให้การเข้าถึงความรู้เหล่านี้ง่ายขึ้น [47] (Gold et al., 2001) หรือการปรับใช้คำติชมของลูกค้าเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ นอกจากนี้ กระบวนการนี้จะใช้ข้อมูลจากทีมสหวิชาชีพ เพื่อการปฏิบัติงานหรือในการตัดสินใจต่าง ๆ [67] (Seleim & Khalil, 2007) ซึ่งในการปรับใช้นี้จะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่มีคุณค่า อาจเกิดขึ้นได้ซ้ำ ๆ จนกว่าจะบรรลุกลยุทธ์เป้าหมาย โดยจะพยายามสร้างหรือรักษาคุณค่าให้ธุรกิจและสร้างความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่า มิฉะนั้นจะช่วยเหลือเสริมสร้างอำนาจในการพัฒนานวัตกรรม การปรับปรุงสำคัญ และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ของบริษัทในตลาดที่ผันผวน นอกจากนี้ คุณลักษณะเฉพาะของกระบวนการมิตินี้ยังเกี่ยวข้องกับเอกสารต่าง ๆ เช่น การดึงข้อมูล การใช้งาน การสนับสนุน การแบ่งปัน และการใช้ประโยชน์ [47] (Gold et al., 2001; [10] Sirmon et al., 2007) ซึ่งต้องใช้ความรู้และความเชี่ยวชาญขององค์กรให้บรรลุภารกิจ เนื่องจากการพัฒนาคุณภาพหรือผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและการลดต้นทุน สะท้อนถึงการนำความรู้ไปใช้ในทางปฏิบัติ เพื่อดำเนินงานตามที่ได้ตั้งใจไว้ [74] (Davenport & Klahr, 1998) โดยสรุปแล้ว การนำความรู้ไปปรับใช้ (AP) คือการปรับใช้ความรู้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์หรือบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และความสำเร็จทางธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้รูปแบบหลักทั้งสามมิติของกลยุทธ์การจัดการความรู้นี้ สะท้อนให้เห็นความเป็นไปได้ทั้งในรูปแบบเป็นตามลำดับ [64] (Rowley, 2001) และ [75] (Ge, 2022; [76] Wiig, 1997) และไม่จำเป็นต้องเป็นตามลำดับ [67] (Seleim & Khalil, 2007) เช่นเดียวกับกลไกการทำงานแบบวนซ้ำ ต่อเนื่อง พร้อมเพรียง (พร้อมกัน) ไม่เป็นเชิงเส้น ทับซ้อน และทำร่วมกัน ก็รวมอยู่ในกลไกการจัดการความรู้ด้วย [9] (Capeda-Carrion et al., 2016; [70] Zhao et al., 2013; [77] Pavlou & El Sawy, 2011) โดยมีมิติต่าง ๆ ใน KMS มีจุดมุ่งหมายเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันให้สูงขึ้น โดยการสร้างคุณค่าจากกลไกหลักทั้งสามนี้ให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์และความสำเร็จในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว [76] (Wiig, 1997)



รูปที่4: กลไกการทำงานร่วมกันของสามมิติ KMS (Source: Authors)

บทสรุป

โดยสรุป การจัดการความรู้ถือเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การได้มาซึ่งความรู้ (Acquisition) จึงเป็นกระบวนการสำคัญเพื่อยกระดับและรักษาความสามารถในการแข่งขัน ความรู้มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้องค์กรนำกลไกการจัดการความรู้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ความรู้ที่มีคุณค่าช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันอย่างยั่งยืนและเหนือคู่แข่ง การปรับใช้การจัดการความรู้จึงต้องเข้าใจถึงผลลัพธ์ของกลยุทธ์เหล่านี้ก่อนนำไปใช้ให้บรรลุเป้าหมายเชิงการแข่งขัน ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน กลยุทธ์การจัดการความรู้ที่ประสบความสำเร็จมักขับเคลื่อนโดยความต้องการทางธุรกิจที่ชัดเจนและตรงเป้าหมาย เพื่อสร้างคุณค่าให้องค์กร [78] (Greiner et al., 2007)

การใช้ทรัพยากรความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาความรู้ที่สะท้อนจุดแข็ง-จุดอ่อนขององค์กรช่วยเสริมความอยู่รอดและความยั่งยืน กลยุทธ์การจัดการความรู้จึงเป็นคุณลักษณะสำคัญของความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากความรู้เป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างผลการดำเนินงานที่มีคุณค่า [72] (Tseng & Lee, 2014)

มุมมองของ RBV, KBV และ DCV ชี้ให้เห็นว่า KMS จำเป็นต้องมีกลไกเฉพาะเพื่อเอาชนะข้อจำกัดบางประการ แม้ว่านักวิชาการบางท่าน [38] (Eisenhardt & Martin, 2000) จะโต้แย้งว่า DC ไม่ใช่แหล่งข้อได้เปรียบเชิงแข่งขัน แต่จากมุมมองเชิงทฤษฎี การศึกษาเชิงประจักษ์ในอนาคตจึงควรตรวจสอบว่ากลไก KMS (อิง DC) มีผลต่อผลลัพธ์ภายใต้สภาพแวดล้อมแบบไดนามิกมากน้อยเพียงใด [10] (Simon et al., 2007; [9] Cepeda-Carrion et al., 2016; [29] Zahedi & Khanachah, 2020; [75] Ge, 2022; [79] Markovich et al., 2022)

การทบทวนวรรณกรรมชี้ให้เห็นมิติหลักของ KMS 3 มิติ ได้แก่ การได้มา (Acquisition: AQ), การปรับเปลี่ยน (Conversion: CV), และการปรับใช้ (Application: AP) ซึ่งเป็นแนวทางสร้างคุณค่าและบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ตามสถานะการแข่งขันทางธุรกิจ [80] (Du Plessis, 2007; [81] Burton & Dickinger, 2025)

ในบริบทของประเทศไทย การจัดการความรู้ (KM) เป็นกระบวนการรวบรวม สร้าง และบริหารทั้งความรู้ฝังลึก (tacit knowledge) และความรู้ชัดแจ้ง (explicit knowledge) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างนวัตกรรม [82] (ไชยวัฒน์ กิตติเจริญสุข, 2563) หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กระทรวงการคลังและมหาวิทยาลัยราชภัฏหลายแห่ง ได้พัฒนากระบวนการ KM ที่สอดคล้องกับบริบทไทย โดยแบ่งเป็นเจ็ดขั้นตอน ได้แก่ การบ่งชี้ความรู้, การสร้างและแสวงหาความรู้,

การจัดระบบความรู้, การประมวลและกลั่นกรองความรู้, การเข้าถึงความรู้, การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ และการเรียนรู้ [83] (คณะวิจัย ม.ราชภัฏรำไพพรรณี, 2562; [84] ปรียา กิติภัทรกุล, 2561)

องค์ประกอบสำคัญของ KM ได้แก่ **คน (people), เทคโนโลยี (technology), และกระบวนการ (process)** ซึ่งต้องทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้องเพื่อสนับสนุนการจัดการความรู้ [85] (สุภาวดี รุ่งเรือง et al., 2564) ขณะที่ NSTDA เน้นย้ำความสำคัญของกลยุทธ์การจัดการความรู้ควบคู่ไปกับองค์ประกอบดังกล่าว เพื่อให้เกิดการบูรณาการและสร้างคุณค่าต่อองค์กรอย่างต่อเนื่อง [86] (NSTDA, 2563)

งานวิจัยในบริบทไทยยังชี้ให้เห็นว่าการแบ่งปันความรู้ต้องอาศัย **สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมองค์กร** ที่เอื้อต่อความไว้วางใจและการเปิดเผยความรู้ [87] (ทองม้วน สายทอง et al., 2562) สอดคล้องกับแนวคิดสากลของ Nonaka & Takeuchi (1995) ที่เน้นการแปลงความรู้ฝังลึกสู่ความรู้ชัดแจ้งเพื่อใช้ประโยชน์เชิงกลยุทธ์ [88]

ทฤษฎีสำคัญอย่าง RBV, KBV และ DCV สามารถประยุกต์เพื่อเพิ่มประสิทธิผลของ KM ในองค์กรไทย โดย RBV มองว่าความรู้เป็นทรัพยากรที่มีค่าและสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน [89] (บรรจง ใจท้วม, 2559) KBV เน้นบทบาทของความรู้ในการสร้างคุณค่า [90] (สุนทร สายเสมา, 2560) และ DCV ช่วยให้องค์กรปรับตัวและพัฒนาความสามารถใหม่ ๆ ผ่านการจัดการความรู้ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว [91] (สมชาย จันทรสุข, 2563)

สรุปได้ว่า การจัดการความรู้ในบริบทไทยมีความซับซ้อนและต้องการการบูรณาการระหว่าง **คน เทคโนโลยี และกระบวนการ** พร้อมการสนับสนุนจาก **กลยุทธ์และวัฒนธรรมองค์กร** เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมธุรกิจในศตวรรษที่ 21

เอกสารอ้างอิง

- [1] Cho, T., & Korte, R. F. (2014). Managing knowledge performance: testing the components of a knowledge management system on organizational performance. *Asia Pacific Education Review*, 15(2), 313-327. <https://doi.org/10.1007/s12564-014-9333-x>
- [2] Tubigi, M., & Alshawi, S. (2015). The impact of knowledge management processes on organizational performance: The case of the airline industry. *Journal of enterprise information management*, 28(2), 167-185. <https://doi.org/10.1108/JEIM-01-2014-0003>
- [3] Kakabadse, N. K., Kakabadse, A., & Kouzmin, A. (2003). Reviewing the knowledge management literature: towards a taxonomy. *Journal of knowledge management*, 7(4), 75-91. <https://doi.org/10.1108/13673270310492967>
- [4] Von Krogh, G., Nonaka, I., & Aben, M. (2001). Making the most of your company's knowledge: a strategic framework. *Long range planning*, 34(4), 421-439. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(01\)00059-0](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(01)00059-0)
- [5] Ipe, M. (2003). Knowledge sharing in organizations: A conceptual framework. *Human Resource Development Review*, 2(4), 337-359. <https://doi.org/10.1177/1534484303257985>
- [6] Hooff, V. D. B., & Huysman, M. (2009). Managing knowledge sharing: Emergent and engineering approaches. *Information & management*, 46(1), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.im.2008.09.002>
- [7] Edvardsson, I. R., & Oskarsson, G. K. (2011). Knowledge management and value creation in service firms. *Measuring Business Excellence*, 15(4), 7-15. <https://doi.org/10.1108/13683041111184062>
- [8] Ha, S. T., Lo, M. C., & Wang, Y. C. (2016). Relationship between knowledge management and organizational performance: a test on SMEs in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 184-189. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.438>

- [9] Cepeda-Carrion, I., Martelo-Landroguez, S., Leal-Rodríguez, A. L., & Leal-Millán, A. (2016). Critical processes of knowledge management: An approach toward the creation of customer value. *European Research on Management and Business Economics*, 23(1), 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2016.03.001>
- [10] Sirmon, D. G., Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2007). Managing firm resources in dynamic environments to create value: Looking inside the black box. *Academy of management review*, 32(1), 273-292. <https://doi.org/10.5465/amr.2007.23466005>
- [11] Andreeva, T., & Kianto, A. (2012). Does knowledge management really matter? Linking knowledge management practices, competitiveness and economic performance. *Journal of knowledge management*, 16(4), 617-636. <https://doi.org/10.1108/13673271211246185>
- [12] Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- [13] Han, Y., & Li, D. (2015). Effects of intellectual capital on innovative performance: The role of knowledge-based dynamic capability. *Management Decision*, 53(1), 40-56. <https://doi.org/10.1108/MD-08-2013-0411>
- [14] Kianto, A., Ritala, P., Spender, J. C., & Vanhala, M. (2014). The interaction of intellectual capital assets and knowledge management practices in organizational value creation. *Journal of Intellectual Capital*, 15(3), 362-375. <https://doi.org/10.1108/JIC-05-2014-0059>
- [15] Wang, Z., Wang, N., Cao, J., & Ye, X. (2016). The impact of intellectual capital- knowledge management strategy fit on firm performance. *Management Decision*, 54(8), 1861-1885. <https://doi.org/10.1108/MD-06-2015-0231>
- [16] Darroch J. (2005). Knowledge management, innovation and firm performance. *Journal of Knowledge Management*, 9(3), 101 – 115. <https://doi.org/10.1108/13673270510602809>
- [17] Novas, J. C., Sousa, A., & Alves, M. D. C. (2012). On the Relations Between Management Accounting Systems and Intellectual Capital: Evidence for Portuguese Companies. *CEFAGE-UE Working Paper*, 1-28.
- [18] Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Review: knowledge management and knowledge management systems: conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136. <https://doi.org/10.2307/3250961>
- [19] Karimi, F., & Javanmard, M. (2014). Surveying the infrastructure and for knowledge management Implementation in Supply Chain. *JIM QUEST*, 10(1), 75-82.
- [20] OuYang, Y. C. (2015). A cyclic model for knowledge management capability-a review study. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 5(2), 1-9. <https://doi.org/10.4172/2223-5833.1000118>
- [21] Nonaka, I., Toyama, R., & Konno, N. (2000). SECI, Ba and leadership: a unified model of dynamic knowledge creation. *Long Range Planning*, 33(1), 5-34. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(99\)00115-6](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(99)00115-6)

- [22] Rehman, S. U., Bresciani, S., Ashfaq, K., & Alam, G. M. (2022). Intellectual capital, knowledge management and competitive advantage: a resource orchestration perspective. *Journal of Knowledge Management*, 26(7), 1705-1731. <https://doi.org/10.1108/JKM-06-2021-0453>
- [23] Sveiby, K. E. (1996). Transfer of knowledge and the information processing professions. *European Management Journal*, 14(4), 379-388. [https://doi.org/10.1016/0263-2373\(96\)00025-4](https://doi.org/10.1016/0263-2373(96)00025-4)
- [24] Parent, M., Gallupe, R. B., Salisbury, W. D., & Handelman, J. M. (2000). Knowledge creation in focus groups: can group technologies help? *Information & Management*, 38(1), 47-58. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(00\)00053-7](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(00)00053-7)
- [25] Ode, E., & Ayavoo, R. (2020). The mediating role of knowledge application in the Relationship between knowledge management practices and firm innovation. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(3), 210-218. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.08.002>
- [26] Yang, J. (2010). The knowledge management strategy and its effect on firm performance: A contingency analysis. *International Journal of Production Economics*, 125(2), 215-223. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2010.03.012>
- [27] Olukpe, P. (2012). Developing a corporate knowledge management strategy. *Journal of Knowledge Management*, 16(6), 862-878. <https://doi.org/10.1108/13673271211276164>
- [28] Sajjad, M. J. (2008). A holistic view of knowledge management strategy. *Journal of Knowledge Management*, 12(2), 57-66. <https://doi.org/10.1108/13673270810859514>
- [29] Zahedi, M. R., & Khanachah, S. N. (2020). The effect of knowledge management processes on organizational innovation through intellectual capital development in Iranian industrial organizations. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 12(1), 86-105. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-11-2019-0113>
- [30] Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic management journal*, 18(7), 509-533. <https://www.jstor.org/stable/3088148>
- [31] Abbas, J., Raza, S., Nurunnabi, M., Minai, M. S., & Bano, S. (2019). The impact of entrepreneurial business networks on firms' performance through a mediating role of dynamic capabilities. *Sustainability*, 11(11), 3006. <https://doi.org/10.3390/su11113006>
- [32] Hsu, L. C., & Wang, C. H. (2012). Clarifying the effect of intellectual capital on performance: the mediating role of dynamic capability. *British Journal of Management*, 23(2), 179-205. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2010.00718.x>
- [33] Wu, S. H., Lin, L. Y., & Hsu, M. Y. (2007). Intellectual capital, dynamic capabilities and innovative performance of organizations. *International Journal of Technology Management*, 39(3-4), 278-295. <https://doi.org/10.1504/IJTM.2007.013496>
- [34] Zott, C. (2003). Dynamic capabilities and the emergence of intra-industry differential firm performance: insights from a simulation study. *Strategic Management Journal*, 24(2), 97-125. <https://www.jstor.org/stable/20060516>
- [35] Helfat, C. E., & Peteraf, M. A. (2003). The dynamic resource-based view: capability lifecycles. *Strategic Management Journal*, 24(10), 997-1010. <https://doi.org/10.1002/smj.332>

- [36] Helfat, C. E., & Peteraf, M. A. (2009). Understanding Dynamic Capabilities: Progress Along a Developmental Path. *Strategic Organization*, 7(1), 91-102.
<https://doi.org/10.1177/1476127008100133>
- [37] Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and micro-foundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350.
<https://doi.org/10.1002/smj.640>
- [38] Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they? *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105-1121. [https://doi.org/10.1002/1097-0266\(200010/11\)21:10<1130::CO;2-E](https://doi.org/10.1002/1097-0266(200010/11)21:10<1130::CO;2-E)
- [39] Makkonen, H., Pohjola, M., Olkkonen, R., & Koponen, A. (2014). Dynamic capabilities and firm performance in a financial crisis. *Journal of Business Research*, 67(1), 2707-2719.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.03.020>
- [40] Pandza, K., & Thorpe, R. (2009). Creative Search and Strategic Sense-making: Missing Dimensions in the Concept of Dynamic Capabilities. *British Journal of Management*, 20(s1), S118-S131.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2008.00616.x>
- [41] Lavie, D. (2006). The Competitive Advantage of Interconnected Firms: An Extension of the Resource-Based View. *Academy of Management Review*, 31(3), 638-658. <https://doi.org/10.5465/amr.2006.21318922>
- [42] Nielsen, A. P. (2006). Understanding dynamic capabilities through knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 10(4), 59-71. <https://doi.org/10.1108/13673270610679363>
- [43] Lin, Y., & Wu, L. Y. (2014). Exploring the role of dynamic capabilities in firm performance under the resource-based view framework. *Journal of Business Research*, 67(3), 407-413.
<https://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.12.019>
- [44] Teece, D. J. (2014). A dynamic capabilities-based entrepreneurial theory of the multinational enterprise. *Journal of International Business Studies*, 45(1), 8-37.
<https://doi.org/10.1057/jibs.2013.54>
- [45] Zahra, S. A., Sapienza, H. J., & Davidsson, P. (2006). Entrepreneurship and dynamic capabilities: A review, model and research agenda. *Journal of Management Studies*, 43(4), 917-955.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00616.x>
- [46] Ansari, M., Youshanlouei, H. R., & Mood, M. M. (2012). A Conceptual model for success in implementing knowledge management: A case study in Tehran municipality. *Journal of Sustainability Science and Management*, 05(02), 212-222. <https://doi.org/10.4236/jssm.2012.52026>
- [47] Gold, A. H., Malhotra, A., & Segars, A. H. (2001). Knowledge management: An organizational capabilities perspective. *Journal of Management Information System*, 18(1), 185-214.
<https://doi.org/10.1080/07421222.2001.11045669>
- [48] Anand, A., & Walsh, I. (2016). Should knowledge be shared generously? Tracing insights from past to present and describing a model. *Journal of Knowledge Management*, 20(4), 713-730.
<https://doi.org/10.1108/JKM-10-2015-0401>

- [49] Alavi, M., Kayworth, T. R., & Leidner, D. E. (2006). An empirical examination of the influence of organizational culture on knowledge management practices. *Journal of Management Information Systems*, 22(3), 191-224. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222220307>
- [50] Massey, A. P., & Montoya-Weiss, M. M. (2006). Unraveling the temporal fabric of knowledge conversion: A model of media selection and use. *MIS quarterly*, 30(1), 99-114. <https://dl.acm.org/doi/10.5555/2017284.2017291>
- [51] Rogers, E. W. (2001). A theoretical look at firm performance in high-tech organizations: what does existing theory tell us? *The Journal of High Technology Management Research*, 12(1), 39-61. [https://doi.org/10.1016/S1047-8310\(00\)00038-9](https://doi.org/10.1016/S1047-8310(00)00038-9)
- [52] Schultze, U., & Leidner, D. E. (2002). Studying knowledge management in information systems research: discourses and theoretical assumptions. *MIS quarterly*, 26(3), 213-242. <https://doi.org/10.2307/4132331>
- [53] Newell, S., Tansley, C., & Huang, J. (2004). Social capital and knowledge integration in an ERP project team: the importance of bridging and bonding. *British journal of management*, 15(S1), 43-57. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2004.00399.x>
- [54] Amit, R., & Schoemaker, P. J. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14(1), 33-46. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140105>
- [55] Zollo, M., & Winter, S. G. (2002). Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities. *Organization Science*, 13(3), 339-351. <https://doi.org/10.1287/orsc.13.3.339.2780>
- [56] Bowman, C., & Ambrosini, V. (2003). How the resource-based and the dynamic capability views of the firm inform corporate-level strategy. *British journal of management*, 14(4), 289-303. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2003.00380.x>
- [57] Vera, D., & Crossan, M. (2003). Organizational Learning and Knowledge Management: Toward an Integrative Framework. In M. Easterby-Smith & M. A. Lyles (Eds.), *The Blackwell Handbook of Organizational Learning and Knowledge Management* (pp. 122-142). Wiley-Blackwell.
- [58] Easterby-Smith, M., & Prieto, I. M. (2008). Dynamic capabilities and knowledge management: an integrative role for learning? *British Journal of Management*, 19(3), 235-249. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2007.00543.x>
- [59] Kaur, V. (2022). Knowledge-based dynamic capabilities: a scientometric analysis of marriage between knowledge management and dynamic capabilities. *Journal of Knowledge Management*, 4, 919-952. <https://doi.org/10.1108/jkm-02-2022-0112>
- [60] Al-Emran, M., Mezhyuev, V., & Kamaludin, A. (2018). Technology Acceptance Model in M-learning context: A systematic review. *Computers & Education*, 125, 389-412. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.06.008>
- [61] Cui, A. S., Griffith, D. A., & Cavusgil, S. T. (2005). The influence of competitive intensity and market dynamism on knowledge management capabilities of multinational corporation subsidiaries. *Journal of International Marketing*, 13(3), 32-53. <https://doi.org/10.1509/jimk.13.3.32>

- [62] Spender, J. C. (1996). Making knowledge the basis of a dynamic theory of the firm. *Strategic management journal*, 17(S2), 45-62. <https://doi.org/10.1002/smj.4250171106>
- [63] Kump, B., Engelmann, A., Kessler, A., & Schweiger, C. (2019). Toward a dynamic capabilities scale: measuring organizational sensing, seizing, and transforming capacities. *Industrial and Corporate Change*, 28(5), 1149-1172. <https://doi.org/10.1093/icc/dty054>
- [64] Rowley, J. (2001). Knowledge management in pursuit of learning: the learning with knowledge cycle. *Journal of Information Science*, 27(4), 227-237. <https://doi.org/10.1177/016555150102700406>
- [65] Kayani, J., & Zia, M. Q. (2012). The analysis of knowledge, knowledge management, and knowledge manage/ment cycles: A broad review. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 1(6), 152-162. <https://ssrn.com/abstract=2200410>
- [66] Hoffman, J. J., Hoelscher, M. L., & Sherif, K. (2005). Social capital, knowledge management, and sustained superior performance. *Journal of Knowledge Management*, 9(3), 93-100. <https://doi.org/10.1108/13673270510602791>
- [67] Seleim, A. S., & Khalil, O. E. M. (2007). Knowledge management and organizational performance in the Egyptian software firms. *International Journal of Knowledge Management (IJKM)*, 3(4), 37-66. <https://doi.org/10.4018/IJKM.2007100103>
- [68] Seleim, A. S., & Khalil, O. E. M. (2011). Understanding the knowledge management-intellectual capital relationship: a two-way analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 12(4), 586-614. <https://doi.org/10.1108/14691931111181742>
- [69] Sabri, M. O. (2022). Knowledge Management and Dynamic Capabilities: A Digital Embracing of Interrelated Processes. In *European Conference on Knowledge Management*, 23(2), 1026-1031. <https://doi.org/10.34190/eckm.23.2.422>
- [70] Zhao, Y., Lu, Y., & Wang, X. (2013). Organizational unlearning and organizational relearning: a dynamic process of knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 17(6), 902-912. <https://doi.org/10.1108/JKM-06-2013-0242>
- [71] Inkpen, A. C., & Dinur, A. (1998). Knowledge management processes and international joint ventures. *Organization science*, 9(4), 454-468. <https://doi.org/10.1287/orsc.9.4.454>
- [72] Tseng, S. M., & Lee, P. S. (2014). The effect of knowledge management capability and dynamic capability on organizational performance. *Journal of Enterprise Information Management*, 27(2), 158-179. <https://doi.org/10.1108/JEIM-05-2012-0025>
- [73] Liu, S., & Deng, Z. (2015). Understanding knowledge management capability in business process outsourcing. *Management Decision*, 53(1), 124-138. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2014-0197>
- [74] Davenport, T. H., & Klahr, P. (1998). Managing customer support knowledge. *California Management Review*, 40(3), 195-208. <https://doi.org/10.2307/41165950>
- [75] Ge, Y. (2022). The impact of dynamic knowledge management capability on enterprise innovation performance. *Operations Management Research*, 15, 1048-1059. <https://doi.org/10.1007/s12063-021-00251-7>

- [76] Wiig, K. M. (1997). Integrating intellectual capital and knowledge management. *Long Range Planning*, 30(3), 399-405. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(97\)90256-9](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(97)90256-9).
- [77] Pavlou, P. A., & El Sawy, O. A. (2011). Understanding the elusive black box of dynamic capabilities. *Decision Sciences*, 42(1), 239-273. <https://dl.acm.org/10.1111/j.1540-5915.2010.00287.x>
- [78] Greiner, M. E., Böhmman, T., & Krcmar, H. (2007). A strategy for knowledge management. *Journal of knowledge management*, 11(6), 3-15. <https://doi.org/10.1108/13673270710832127>
- [79] Markovich, A., Raban, D. R., & Efrat, K. (2022). Tailoring competitive information sources to the sequence of dynamic capabilities. *Journal of Management & Organization*, 28(3), 480-501. <https://doi.org/10.1017/jmo.2022.35>
- [80] Du Plessis, M. (2007). The role of knowledge management in innovation. *Journal of knowledge management*, 11(4), 20-29. <https://doi.org/10.1108/13673270710762684>
- [81] Burton, A. M., & Dickinger, A. (2025). Innovation in Crisis. The role of leadership and dynamic capabilities for a more innovative hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 124, 103946. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103946>
- [82] ไชยวัฒน์ กิตติเจริญสุข. (2563). *การจัดการความรู้กับการพัฒนาองค์กรไทย*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [83] คณะวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. (2562). *การจัดการความรู้ในองค์กรภาครัฐไทย: กระบวนการและแนวทางการพัฒนา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- [84] ปรียา กิติภัทรกุล. (2561). *การจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาองค์กร*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [85] สุภาวดี รุ่งเรือง, ศิริพงษ์ ศรีจันทร์, & ณัฐพล ศิริรัตน์. (2564). องค์ประกอบและปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการความรู้ในองค์กรไทย. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 18(1), 78-95.
- [86] สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (NSTDA). (2563). *องค์ประกอบและกลยุทธ์การจัดการความรู้ในองค์กร*. NSTDA.
- [87] ทองม้วน สายทอง, นันทิดา ประทุมทอง, & วีระชัย ทองพูล. (2562). ปัจจัยส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ในองค์กรไทย: กรอบแนวคิดและการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ. *วารสารการจัดการ*, 14(3), 45-61.
- [88] Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- [89] บรรจง ใจท้วม. (2559). การจัดการความรู้เชิงกลยุทธ์: กรณีศึกษาบริษัทเอกชนในประเทศไทย. *วารสารการจัดการและพัฒนา*, 12(2), 35-52.
- [90] สุนทร สายเสมา. (2560). มุมมองตามฐานความรู้ (KBV) และการประยุกต์ใช้ในองค์กรไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 14(1), 21-37.

การประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอน ของโรงเรียนคิซมณูวิทยา จังหวัดจันทบุรี

The Evaluation of the Learning Resource Development Project for Educational Management at Khitchakutwittaya School, Chanthaburi Province

สุรเกียรติ์ งามเลิศ^{1*}

Surakiat Ngamlert^{1*}

^{1*} โรงเรียนคิซมณูวิทยา, สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาจันทบุรี ตราด, จันทบุรี, ประเทศไทย

^{1*} Khitchakutwittaya School, The secondary educational service area office Chanthaburi Trat, Chanthaburi, Thailand

Received: December 24, 2024 Revised: June 19, 2025 Accepted: June 23, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมณูวิทยา จังหวัดจันทบุรี ศึกษาความพึงพอใจต่อการดำเนินโครงการจำแนกตามกิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ และศึกษาปัญหา ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ คณะครูและผู้บริหาร นักเรียนโรงเรียนคิซมณูวิทยาจังหวัดจันทบุรี ปีการศึกษา 2566 จำนวน 59 คน จำแนกออกเป็น คณะกรรมการฝ่ายบริหาร โรงเรียนจำนวน 8 คน ครูผู้สอนจำนวน 35 คน และผู้ปกครองนักเรียนจำนวน 16 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 2 ฉบับ ประกอบด้วยฉบับที่ 1 เป็นแบบสอบถามประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ใน 4 ด้านคือ การประเมินด้านสภาพแวดล้อม การประเมินด้านปัจจัยเบื้องต้น การประเมินด้านกระบวนการ และการประเมินด้านผลผลิต ฉบับที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ซึ่งแบบสอบถามทั้ง 2 ฉบับ ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค แบบสอบถามฉบับที่ 1 มีค่าความเที่ยงเท่ากับ .98 และแบบสอบถามฉบับที่ 2 มีค่าความเที่ยงเท่ากับ .96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินโครงการ พบว่า (1) การดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนโดยภาพรวมมีผลการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาผลการปฏิบัติเป็นรายด้านพบว่า ด้านสภาพแวดล้อมของโครงการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านปัจจัยเบื้องต้นของโครงการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านกระบวนการของโครงการโดยรวมอยู่ในระดับมาก และด้านผลผลิตของโครงการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แหล่งเรียนรู้ที่มีการพัฒนาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แหล่งเรียนรู้ห้องปฏิบัติการการสอนส่วนแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนคุณภาพ แหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัล และแหล่งเรียนรู้ภายนอกห้องเรียนมีการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง (2) ความพึงพอใจในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากยกเว้นแหล่งเรียนรู้ภายนอกห้องเรียนระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (3) ปัญหาในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับระบบการจัดซื้อจัดจ้างของโรงเรียนมีความล่าช้าส่วนข้อเสนอแนะควรมีบุคลากรที่รับผิดชอบงานโดยตรง หรือใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลในการดำเนินการ

คำสำคัญ: การประเมินโครงการ พัฒนาแหล่งเรียนรู้ การจัดการเรียนการสอน โรงเรียนคิซมณูวิทยา

*Corresponding author. Tel.: 089 519 8353

Email address: kiatobec@gmail.com

Abstract

The objectives of this research were to evaluate a learning resource development project designed to enhance learning management at Khitchakutwittaya School in Chanthaburi Province; assess satisfaction with the project's operational approach, categorized by specific learning development activities; and identify problems and recommendations regarding the project's implementation. The research sample consisted of 59 participants from Khitchakutwittaya School during the 2023 academic year, including 8 school executive committee members, 35 teachers, and 16 parents, all selected through purposive sampling. The research employed rating-scale questionnaires developed by the researcher, with reliability coefficients determined using Cronbach's Alpha. The two questionnaires showed high reliability coefficients of 0.98 and 0.96, respectively. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research findings were as follows: (1) The operational approach for the learning resource development project was rated at a high level overall. Specifically, context and process evaluations reached high levels, while input and product evaluations were rated at a moderate level. Among the resources, teaching laboratories were highly developed, whereas quality classrooms, digital classrooms, and outdoor learning spaces were moderately developed. (2) Satisfaction with learning resource development was rated at a high level across all aspects, with the exception of outdoor learning resources, which received a moderate satisfaction rating. (3) Identified problems included procurement delays. Recommendations emphasized improving the efficiency of responsible personnel and upgrading digital procurement systems.

Keywords: Project Evaluation, Learning Resource Development, Learning Management, Khitchakutwittaya School

บทนำ

การจัดการศึกษาในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลต่อการวางแผนในการพัฒนากำลังคนของประเทศซึ่งในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาประเทศไว้ว่า ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง [1] (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) ประกอบกับแผนการศึกษาแห่งชาติได้วางกรอบเป้าหมายและทิศทางการจัดการศึกษาของประเทศโดยมุ่งจัดการศึกษาให้คนไทยทุกคนสามารถเข้าถึงโอกาสและความเสมอภาคในการศึกษาที่มีคุณภาพ โดยแนวทางการในการจัดการเรียนรู้อย่างมีความหมายและมีคุณค่าสำหรับการศึกษาระดับขั้นพื้นฐานนั้นได้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนขยายขีดความสามารถในการเรียนรู้ พัฒนาความฉลาดทางสังคม อารมณ์และสติปัญญา สามารถสร้างความคิดใหม่ด้วยตนเอง สามารถตัดสินใจทำสิ่งที่ควรทำ แสวงหาวิธีการที่สร้างสรรค์ในการทำประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น ซึ่งครูผู้สอนมีหน้าที่ในการจัดการเรียนรู้โดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของผู้เรียนเช่น การจัดการเรียนรู้เชิงรุก การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ การจัดการชั้นเรียนและ การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้เชิงบวก การประเมินและพัฒนาผู้เรียนตามสภาพจริง ตลอดจนการนำทรัพยากรการเรียนรู้ที่เป็นแหล่งเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกมาใช้ในกิจกรรมการเรียนการสอนเป็นต้น [2] (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2567) นอกจากนี้กระบวนการจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านต่าง ๆ นั้นควรมีการส่งเสริมให้ผู้เรียนมีลักษณะใฝ่เรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการตามช่วงวัยเพราะว่าแหล่งเรียนรู้มีบทบาทที่สำคัญยิ่ง

ในการช่วยเสริมศักยภาพในการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนโดยเฉพาะแหล่งเรียนรู้ดิจิทัลที่มีแนวโน้มที่จะมีความสำคัญต่อการเรียนของบุคคลมากขึ้นซึ่งจะเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ช่วยพัฒนาให้แต่ละบุคคลมีความรู้ความสามารถที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตามความสนใจและความสามารถของบุคคลสามารถนำความรู้และทักษะที่ได้รับการพัฒนาไปใช้ในการสร้างสรรค์และต่อยอดให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติได้ตามความถนัดในอาชีพและวิชาชีพของตนเอง [3] (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2563)

จากการรายงานผลการประเมินตนเองของสถานศึกษาปีการศึกษา 2566 ของโรงเรียนคิซมณูวิทยาพบว่าผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามหลักสูตรสถานศึกษาผ่านเกณฑ์การประเมินของแต่ละกลุ่มสาระการเรียนรู้ตามหลักสูตรสถานศึกษาอยู่ในระดับดีเยี่ยมและมีค่าเฉลี่ยผลการสอบวัดระดับชาติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 อยู่ในระดับดี และเพื่อเป็นการสนับสนุนส่งเสริมการจัดการเรียนรู้และพัฒนาผู้เรียน โรงเรียนคิซมณูวิทยาจึงได้จัดทำโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ขึ้นในการสนับสนุน ส่งเสริมให้ครูมีการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนโดยการใช้แหล่งเรียนรู้ได้อย่างหลากหลายและเหมาะสม ซึ่งโครงการดังกล่าวจะเป็นการดำเนินการพัฒนาอาคาร สถานที่ ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีความทันสมัย มีความสวยงาม และมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนคุณภาพ การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ห้องปฏิบัติการการสอน การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัล และการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายนอกห้องเรียน ดังนั้นเพื่อเป็นการตรวจสอบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโครงการ และเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการ ปรับปรุง และพัฒนาโครงการหรือยุติโครงการ ผู้วิจัยจึงได้นำรูปแบบการประเมินโครงการในรูปแบบการประเมินซีป (CIPP Model) มาใช้ในการประเมินเพื่อเป็นการประเมินด้านสภาพแวดล้อม การประเมินด้านปัจจัยเบื้องต้น การประเมินด้านกระบวนการ และการประเมินด้านผลผลิตของโครงการ ทั้งนี้ผลของการประเมินโครงการดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลและสารสนเทศที่จะเป็นประโยชน์ในการวางแผนการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนคิซมณูวิทยาส่งผลให้เกิดผลดีต่อการจัดการเรียนการสอนและการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนในลำดับต่อไป

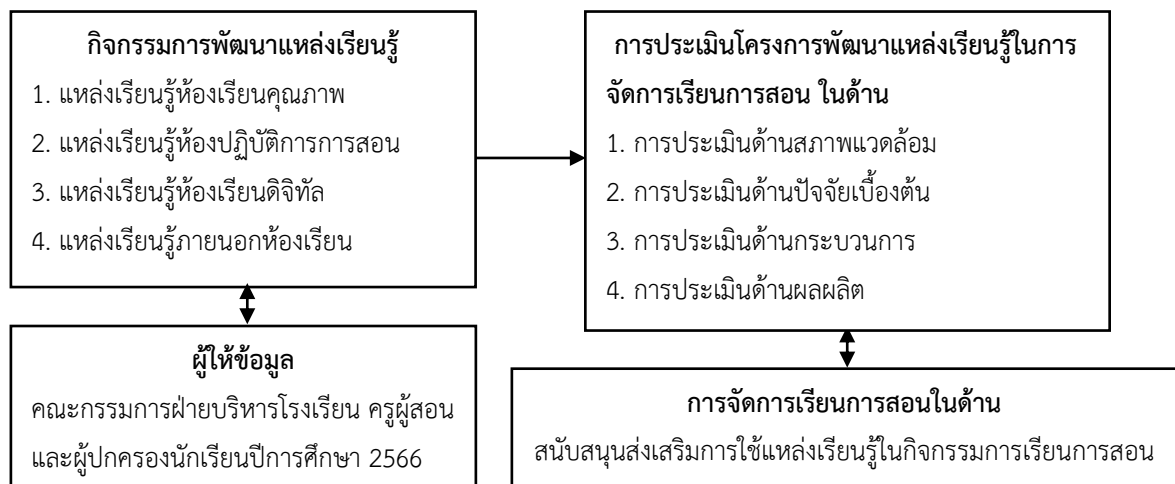
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมณูวิทยา จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้จำแนกตามกิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้
3. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การประเมินโครงการ หมายถึงกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ ของการดำเนินโครงการ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจคุณค่าโครงการว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการมากน้อยเพียงใด และควรยุติหรือพัฒนาต่อไปอย่างไร การประเมินจึงจะเกิดคุณค่า มีประโยชน์ ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติและปรับปรุงแก้ไขโครงการ และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของโครงการ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งลักษณะของโครงการที่ดีนั้นจะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตของการดำเนินงานของโครงการไว้อย่างชัดเจนมีการกำหนดรูปแบบรายละเอียดการดำเนินงานที่สอดคล้องกันรวมทั้งระบุรายละเอียดทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินงานทั้งทรัพยากรบุคคลและแหล่งทรัพยากรที่สนับสนุนโครงการ งบประมาณและแหล่งเงินทุนที่จะนำมาดำเนินงาน นอกจากนี้โครงการนั้น ๆ จะต้องมีการกำหนดระยะเวลาไว้อย่างแน่นอนและเป็นโครงการที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง [4] (สมคิด พรหมจ้อย, 2563) และการประเมินโครงการโดยใช้รูปแบบการประเมินซีป (CIPP Model) จะเป็นการประเมินที่เป็นกระบวนการต่อเนื่องมีจุดเน้นที่สำคัญคือใช้ควบคู่กับการบริหารโครงการเพื่อหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาซึ่งประกอบด้วย การประเมินด้านสภาพแวดล้อมเป็นการประเมินให้ได้ข้อมูลสำคัญเพื่อช่วยในการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ ความเป็นไปได้ของโครงการ เป็นการตรวจสอบว่าวัตถุประสงค์ของโครงการมีความชัดเจนเหมาะสม สอดคล้องกับนโยบายขององค์กรหรือนโยบายหรือไม่ การประเมินด้านปัจจัยเบื้องต้นเป็นการประเมินเพื่อพิจารณา

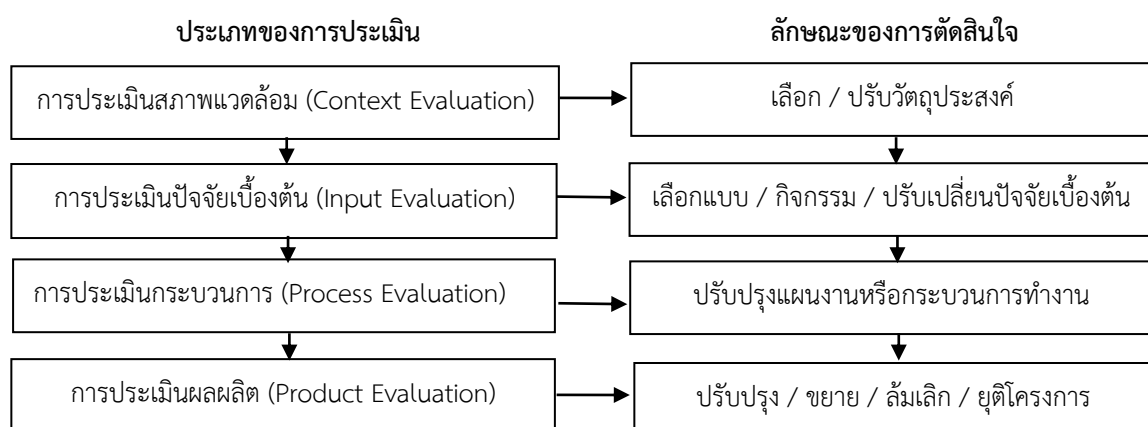
ถึงความเป็นไปได้ของโครงการ ความเหมาะสม และความเพียงพอของทรัพยากรที่จะใช้ในการดำเนินโครงการ การประเมินด้านกระบวนการเป็นการประเมินระหว่างกาหนดำเนินโครงการเพื่อหาข้อบกพร่องของการดำเนินโครงการ ที่จะใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา แก้ไข ปรับปรุง ให้การดำเนินการช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น และการประเมินด้านผลผลิตจะเป็นการประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นกับวัตถุประสงค์ของโครงการ หรือความต้องการ เป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมทั้งการพิจารณาการยุบ เลิก ขยายหรือปรับเปลี่ยนโครงการ [5] (Strufflebeam, 2003) จากความสำคัญของการประเมินโครงการดังกล่าว ข้างต้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดรูปแบบการประเมินโครงการแบบชิป (CIPP Model) มาเป็นกรอบแนวคิดในการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนศิษย์ภูมิวิทยา จังหวัดจันทบุรี ดังภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนศิษย์ภูมิวิทยา จังหวัดจันทบุรี มีรูปแบบในการประเมินโครงการ โดยมีความสัมพันธ์ของการตัดสินใจ และประเภทการประเมินแบบ CIPP Model ดังนี้



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินกับการตัดสินใจในรูปแบบการประเมินชิป (CIPP Model)

ที่มา: [4] สมคิด พรหมจ้อย (2563)

แนวทางการประเมินโครงการ การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดแนวทางการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมกุฏวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงแนวทางการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมกุฏวิทยา จังหวัดจันทบุรี

ประเด็น การประเมิน	ตัวชี้วัด	เกณฑ์	แหล่ง ข้อมูล	เครื่องมือ	การ วิเคราะห์
1.สภาพแวดล้อม ของโครงการ	1.1 ระดับความชัดเจนของ วัตถุประสงค์โครงการ	- วัดได้ทุกข้อ หรือ 100 %	1.คณะครู และ	1.แบบ สอบถาม	1. $\bar{X}$ S.D.
	1.2 ระดับความชัดเจนของเป้าหมาย	- ระบุเป็นปริมาณ	ผู้ปกครอง	ประเมิน	
	1.3 ระดับความชัดเจนของกิจกรรม	- ระบุชื่อ วิธีการ เวลา ผู้รับผิดชอบ		โครงการ	
2.ปัจจัยเบื้องต้น ของโครงการ	2.1 ปริมาณของบุคลากร	- ครบตามแผน	2.คณะครู	2.แบบ	2. $\bar{X}$ S.D.
	2.2 จำนวนงบประมาณ	- ครบตามที่กำหนด	และ	สอบถาม	
	2.3 จำนวนเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์	- ครบตามที่กำหนด	ผู้ปกครอง	ประเมิน	
	2.4 ระดับคุณภาพของ เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์	- $\bar{X} \geq 3.50$		โครงการ	
3.กระบวนการ ของโครงการ	3.1 การดำเนินงานตามขั้นตอน	- ปฏิบัติครบตาม ขั้นตอน	3.คณะครู และ	3.แบบ สอบถาม	3. $\bar{X}$ S.D.
	3.2 ระดับการดำเนินกิจกรรมเป็นไป ตามเวลาที่กำหนด	- $\bar{X} \geq 3.50$	ผู้ปกครอง	ประเมิน	
	3.3 ระดับการกำกับติดตามการ ดำเนินงานโครงการ	- $\bar{X} \geq 3.50$		โครงการ	
	3.4 ระดับความร่วมมือระหว่าง ผู้ปฏิบัติงานในโครงการ	- $\bar{X} \geq 3.50$			
	3.5 ระดับการตรวจสอบการ ดำเนินงานโครงการ	- $\bar{X} \geq 3.50$			
4.ผลผลิต ของโครงการ	4.1 จำนวนระยะเวลา งบประมาณ ในการจัดทำ	- ครบตามที่กำหนด	4.คณะครู และ	4.แบบ สอบถาม	4. $\bar{X}$ S.D.
	4.2 ระดับคุณภาพของการตรวจรับ	- $\bar{X} \geq 3.50$	ผู้ปกครอง	ความ	
	4.3 ระดับประสิทธิภาพของแหล่ง เรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น	- $\bar{X} \geq 3.50$		ความพึง พอใจ	
	4.4 ระดับประโยชน์จากการใช้ แหล่งเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น	- $\bar{X} \geq 3.50$			

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ คณะครูและผู้บริหารโรงเรียนโรงเรียนคิชนกวิทยาปีการศึกษา 2566 จำนวน 70 คน แบ่งเป็น คณะกรรมการฝ่ายบริหารโรงเรียนจำนวน 8 คน ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาจำนวน 35 คน คณะกรรมการผู้แทนผู้ปกครองชั้นเรียนจำนวน 6 คน และผู้แทนผู้ปกครองห้องเรียนจำนวน 21 คน ของนักเรียนตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ คณะครูและผู้บริหารโรงเรียนโรงเรียนคิชนกวิทยาปีการศึกษา 2566 จำนวน 59 คน แบ่งเป็น คณะครูจำนวน 43 คน และผู้บริหารโรงเรียนจำนวน 16 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางของเคริจซ์และมอร์แกน [6] (Krejcie & Morgan, อ้างอิงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2560) กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงได้แก่ผู้บริหารจำนวน 3 คน หัวหน้าฝ่ายบริหารจำนวน 5 คน ครูผู้สอนจำนวน 35 คน ตัวแทนผู้ปกครองระดับชั้นเรียนจำนวน 6 คน และผู้ปกครองนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 5 คน ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 5 คน

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 2 ฉบับ ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นให้ครอบคลุมการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิชนกวิทยาประกอบด้วย แบบสอบถามฉบับที่ 1 เป็นแบบสอบถามการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิชนกวิทยาใน 4 ด้าน คือการประเมินด้านสภาพแวดล้อม การประเมินด้านปัจจัยเบื้องต้น การประเมินด้านกระบวนการ และการประเมินด้านผลผลิต โดยแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 3 ตอน คือ สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และสอบถามเกี่ยวกับการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ จำนวน 54 ข้อ จำแนกเป็น ด้านสภาพแวดล้อม มีข้อคำถาม 10 ข้อ ด้านปัจจัยเบื้องต้นมีข้อคำถาม 12 ข้อ ด้านกระบวนการมีข้อคำถาม 12 ข้อ และด้านผลผลิต มีข้อคำถาม 20 ข้อ และแบบสอบถามปลายเปิดสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิชนกวิทยา แบบสอบถามฉบับที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการดำเนินกิจกรรมโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิชนกวิทยา จำนวน 8 ข้อ

การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ หลักการ ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินโครงการ กำหนดโครงสร้างและข้อคำถามในแบบสอบถามแต่ละตอนให้ครอบคลุมการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิชนกวิทยา และนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตรวจสอบพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence - IOC) ผลปรากฏว่าแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.6-1.0 ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและนำแบบสอบถามไปทดลอง (Tryout) กับกลุ่มผู้บริหารและครูโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 48 จังหวัดจันทบุรี เนื่องจากมีสภาพบริบทที่ใกล้เคียงกันและไม่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค [7] (Cronbach, 1990) ปรากฏว่าแบบสอบถามฉบับที่ 1 มีค่าความเที่ยงเท่ากับ .98 และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านมีความเที่ยงดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมเท่ากับ .98 ด้านปัจจัยเบื้องต้นเท่ากับ .93 ด้านกระบวนการเท่ากับ .95 และด้านผลผลิตเท่ากับ .98 แบบสอบถามฉบับที่ 2 เป็นแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจมีค่าความเที่ยงเท่ากับ .96 และผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการในระหว่างวันที่ 1-30 เมษายน พ.ศ.2567 โดยการจัดทำเป็นหนังสือคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานของโรงเรียนคิชนกวิทยาเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะครู บุคลากรทางการศึกษา และผู้ปกครองนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 59 คน ซึ่งแบบสอบถามที่แจกไปทั้งหมดจำนวน 118 ฉบับ แบ่งออกเป็น 2 ชุด ชุดละ 59 ฉบับ และนำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของกลุ่มดังนี้ [8] (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 แปลความว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 แปลความว่า เห็นด้วย มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 แปลความว่า ไม่แน่ใจ มีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 แปลความว่า ไม่เห็นด้วย มีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 แปลความว่า ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิเคราะห์การประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมณูวิทยา จังหวัดจันทบุรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมณูวิทยา จังหวัดจันทบุรี จำแนกเป็นรายด้าน

รายการประเมิน	ผลการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ	3.67	.76	ระดับมาก
2. ด้านปัจจัยเบื้องต้นของโครงการ	3.50	.84	ระดับปานกลาง
3. ด้านกระบวนการของโครงการ	3.53	.84	ระดับมาก
4. ด้านผลผลิตของโครงการ	3.43	.85	ระดับปานกลาง
รวม	3.51	.86	ระดับมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า โครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมณูวิทยา จังหวัดจันทบุรี มีการดำเนินงานในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51, S.D. = .86$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านปรากฏว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ด้านสภาพแวดล้อม ($\bar{X} = 3.67, S.D. = .76$) และด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.53, S.D. = .84$) ส่วนด้านปัจจัยเบื้องต้น ($\bar{X} = 3.50, S.D. = .84$) และด้านผลผลิต ($\bar{X} = 3.43, S.D. = .85$) มีผลของการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมณูวิทยา ด้านผลการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้

รายการประเมิน	ผลการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. การดำเนินกิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนคุณภาพ	3.46	.80	ระดับปานกลาง
2. การดำเนินกิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ห้องปฏิบัติการการสอน	3.51	.89	ระดับมาก
3. การดำเนินกิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัล	3.26	.78	ระดับปานกลาง
4. การดำเนินกิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายนอกห้องเรียน	3.48	.81	ระดับปานกลาง
รวม	3.43	.85	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่าโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนศิษย์คุณภูววิทยามีผลการดำเนินงานในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43, S.D. = .85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านตามกิจกรรมในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ กิจกรรมที่มีค่าเฉลี่ยของการดำเนินการอยู่ในระดับมากคือ กิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ห้องปฏิบัติการการสอน ($\bar{X} = 3.51, S.D. = .89$) ส่วนการดำเนินงานในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ เช่นการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนคุณภาพ การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัล และการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายนอกห้องเรียนมีค่าเฉลี่ยในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบผลการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนศิษย์คุณภูววิทยา จังหวัดจันทบุรี ด้านผลผลิต จำแนกตามกิจกรรมแหล่งเรียนรู้

รายการประเมินด้านผลผลิต	แหล่งเรียนรู้ ห้องเรียนคุณภาพ		แหล่งเรียนรู้ ห้องปฏิบัติการการสอน		แหล่งเรียนรู้ ห้องเรียนดิจิทัล		แหล่งเรียนรู้ ภายนอกห้องเรียน	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. มีการดำเนินกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ครบถ้วนตามกำหนดเวลา	3.47	.91	3.42	.91	3.42	.87	3.39	.85
2. มีการเบิกจ่ายงบประมาณและ วัสดุ อุปกรณ์ ได้ครบตามกำหนดเวลา	3.02	.93	3.08	.97	2.97	.89	3.02	.97
3. มีคุณภาพและเกิดประสิทธิภาพจากแหล่งเรียนรู้สำหรับการจัดการเรียนการสอน	3.73	.84	3.24	.87	3.29	.83	3.64	.88
4. มีการใช้ประโยชน์จากแหล่งเรียนรู้ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของครู	3.61	.89	3.97	.96	3.15	.84	3.76	.87
5. มีประสิทธิผลตามเป้าหมายของการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอน	3.49	.95	3.85	.92	3.47	.93	3.61	.91
รวม	3.46	.80	3.51	.89	3.26	.78	3.48	.81

จากตารางที่ 4 เมื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในด้านผลผลิตของการประเมินโครงการพบว่า แหล่งเรียนรู้ห้องปฏิบัติการการสอนมีระดับการปฏิบัติโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51, S.D. = .89$) ส่วนแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ มีผลการดำเนินงานพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายละเอียดของกิจกรรมพบว่ารายการในด้านการดำเนินกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ของโครงการได้ครบตามกำหนดเวลา การดำเนินการเบิกจ่ายงบประมาณและตรวจรับวัสดุอุปกรณ์ได้ครบตามกำหนดเวลาทุกกิจกรรมการพัฒนาแหล่งเรียนรู้มีการดำเนินการอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการใช้ประโยชน์จากแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของครูส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยในการดำเนินการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ยกเว้นแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัลที่มีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15, S.D. = .84$) แหล่งเรียนรู้ที่มีประสิทธิผลตามเป้าหมายของการดำเนินการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนและมีผลของระดับการพัฒนาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ แหล่งเรียนรู้ห้องปฏิบัติการการสอน ($\bar{X} = 3.85, S.D. = .92$) และแหล่งเรียนรู้ภายนอก

ห้องเรียน ($\bar{X} = 3.61, S.D. = .91$) ส่วนแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนคุณภาพ ($\bar{X} = 3.49, S.D. = .95$) และแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัล ($\bar{X} = 3.47, S.D. = .93$) มีประสิทธิภาพตามเป้าหมายอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมัญญวิทยาด้านสภาพแวดล้อม จำแนกเป็นรายชื่อ

รายการประเมินด้านสภาพแวดล้อม	ผลการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ไว้อย่างชัดเจนและสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษา	3.80	.73	ระดับมาก
2. มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนให้สอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน	3.46	.89	ระดับปานกลาง
3. มีการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนและสอดคล้องกับมาตรฐานของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน	3.90	.86	ระดับมาก
4. มีการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ว่ามีความสอดคล้องระหว่างนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการกับนโยบายของโรงเรียน	3.27	.94	ระดับปานกลาง
5. มีการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ	3.73	.82	ระดับมาก
6. มีการสำรวจ เป้าหมายในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.83	.76	ระดับมาก
7. มีการประเมินถึงผลกระทบและโอกาสความสำเร็จของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.66	.77	ระดับมาก
8. มีการประชุมชี้แจงและสร้างความเข้าใจถึงความจำเป็นในการจัดทำโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.69	.81	ระดับมาก
9. มีการกำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจนในการจัดทำโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.80	.84	ระดับมาก
10. มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนที่ได้รับประโยชน์จากการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.58	.89	ระดับมาก
รวม	3.67	.76	ระดับมาก

จากตารางที่ 5 พบว่าด้านสภาพแวดล้อมของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้มีผลการดำเนินงานโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67, S.D. = .76$) และเมื่อพิจารณารายการโดยละเอียดในด้านสภาพแวดล้อมของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้พบว่าทุกรายการมีผลของการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นรายการการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนให้สอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน ($\bar{X} = 3.46, S.D. = .89$) และรายการการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ว่ามีความสอดคล้องระหว่างนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการกับนโยบายของโรงเรียน ($\bar{X} = 3.27, S.D. = .94$) มีผลการดำเนินงานโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอน
ของโรงเรียนคิซภูมิวิทยาด้านปัจจัยเบื้องต้น จำแนกเป็นรายชื่อ

รายการประเมินด้านปัจจัยเบื้องต้น	ผลการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีการกำหนดผู้รับผิดชอบที่มีความเหมาะสมในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.25	.97	ระดับปานกลาง
2. มีจำนวนบุคลากรที่เพียงพอในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.73	.92	ระดับมาก
3. มีการกำหนดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.51	.87	ระดับมาก
4. มีการกำหนดงบประมาณสนับสนุนในการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.08	.98	ระดับปานกลาง
5. มีจำนวนงบประมาณเพียงพอในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.42	.89	ระดับปานกลาง
6. มีแหล่งในการจัดซื้อ จัดหา วัสดุ อุปกรณ์ ที่มีความสะดวกในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.41	.93	ระดับปานกลาง
7. มีการสำรวจ ตรวจสอบ วัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.66	.94	ระดับมาก
8. มีวัสดุ อุปกรณ์ ที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.81	.86	ระดับมาก
9. มีสถานที่ที่มีความเหมาะสมในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.88	.93	ระดับมาก
10. มีการสำรวจสถานที่ที่ใช้ในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.64	.84	ระดับมาก
11. มีเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนที่ทำหน้าที่ในการจัดซื้อ จัดจ้าง ตามระเบียบและวิธีการทางระบบงบประมาณ	3.37	.90	ระดับปานกลาง
12. มีจำนวนข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียน เพียงพอในการดำเนินการจัดซื้อ จัดจ้าง	3.17	.93	ระดับปานกลาง
รวม	3.50	.84	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่าด้านปัจจัยเบื้องต้นของโครงการมีผลการดำเนินงานในการประเมินโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50, S.D. = .84$) โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ การกำหนดผู้รับผิดชอบที่มีความเหมาะสมในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน การกำหนดงบประมาณสนับสนุนในการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ จำนวนงบประมาณเพียงพอในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน การดำเนินการหาแหล่งในการจัดซื้อ จัดหา วัสดุ อุปกรณ์ ที่มีความสะดวกในการดำเนินโครงการ และการดำเนินการของเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนที่ทำหน้าที่ในการจัดซื้อ จัดจ้าง ตามระเบียบและวิธีการทางระบบงบประมาณ รวมถึงจำนวนข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนมีเพียงพอในการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง ส่วนรายการอื่น ๆ นอกนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอน
ของโรงเรียนคิซมกุฏวิทยาด้านกระบวนการ จำแนกเป็นรายชื่อ

รายการประเมินด้านกระบวนการ	ผลการดำเนินงาน		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. มีการจัดทำแผนการปฏิบัติงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.66	.90	ระดับมาก
2. มีการกำหนดแผนการปฏิบัติงานครบตามกิจกรรมของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้	3.78	.91	ระดับมาก
3. มีการแต่งตั้งคณะกรรมการในการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.90	.88	ระดับมาก
4. มีการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ตามปฏิทินการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้	3.81	.93	ระดับมาก
5. มีการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการดำเนินงานอย่างเต็มความสามารถ	3.46	.91	ระดับปานกลาง
6. มีความร่วมมือระหว่างครู นักเรียน และผู้รับผิดชอบโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.59	.94	ระดับมาก
7. มีการประสานงานระหว่างคณะกรรมการดำเนินงานกับผู้รับผิดชอบโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.29	.91	ระดับปานกลาง
8. มีการตรวจสอบการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ อย่างสม่ำเสมอ	3.58	.87	ระดับมาก
9. มีการกำกับ ติดตาม การดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ อย่างสม่ำเสมอ	3.78	.76	ระดับมาก
10. มีการปรับปรุงและแก้ไขในการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.17	.95	ระดับปานกลาง
11. มีการนิเทศ และให้คำแนะนำในการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน	3.31	.95	ระดับปานกลาง
12. มีการให้คำปรึกษาในการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียนระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติ	3.05	.87	ระดับปานกลาง
รวม	3.53	.84	ระดับมาก

จากตารางที่ 7 พบว่าด้านกระบวนการของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้มีผลการดำเนินงานในการประเมินโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53, S.D. = .84$) โดยรายการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ การจัดทำแผนการปฏิบัติงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน การกำหนดแผนการปฏิบัติงานครบตามกิจกรรมของโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ การดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ตามปฏิทินการปฏิบัติงานที่กำหนดไว้ การให้ความร่วมมือระหว่างครู นักเรียน และผู้รับผิดชอบโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ของโรงเรียน การตรวจสอบการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ อย่างสม่ำเสมอ และ การกำกับ ติดตาม การดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ อย่างสม่ำเสมอ ส่วนรายการอื่น ๆ นอกนั้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมกฏวิทยา จังหวัดจันทบุรี จำแนกเป็นรายชื่อ

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1.การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนคุณภาพ	4.07	.88	ระดับมาก
2.การใช้แหล่งเรียนรู้ห้องเรียนคุณภาพในการจัดการเรียนการสอน	4.05	.87	ระดับมาก
3.การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ห้องปฏิบัติการการสอน	3.51	.91	ระดับมาก
4.การใช้แหล่งเรียนรู้ห้องปฏิบัติการการสอนในการจัดการเรียนการสอน	4.02	.88	ระดับมาก
5.การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัล	3.81	.88	ระดับมาก
6.การใช้แหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัลในการจัดการเรียนการสอน	3.37	.92	ระดับปานกลาง
7.การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายนอกห้องเรียน	3.20	.73	ระดับปานกลาง
8.การใช้แหล่งเรียนรู้ภายนอกห้องเรียนในการจัดการเรียนการสอน	4.03	.98	ระดับมาก
รวม	3.77	.90	ระดับมาก

จากตารางที่ 8 พบว่าความพึงพอใจในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมกฏวิทยา โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในการพัฒนามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77, S.D. = .90$) โดยความพึงพอใจในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายนอกห้องเรียน ($\bar{X} = 3.20, S.D. = .73$) นอกนั้นมีความพึงพอใจในการพัฒนาอยู่ในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจการใช้แหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นความพึงพอใจในการใช้แหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัลในการจัดการเรียนการสอนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37, S.D. = .92$)

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมกฏวิทยา และศึกษาความพึงพอใจการดำเนินงานโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมกฏวิทยา โดยมีผลวิจัยดังนี้

1. โครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมกฏวิทยามีการดำเนินงานในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านปรากฏว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ ด้านสภาพแวดล้อมและด้านกระบวนการ ส่วนด้านปัจจัยเบื้องต้นและด้านผลผลิตของโครงการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนที่มีการพัฒนาอยู่ในระดับมากได้แก่ แหล่งเรียนรู้ห้องปฏิบัติการการสอน ส่วนแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนคุณภาพ แหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัล และแหล่งเรียนรู้ภายนอกห้องเรียนมีการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง และการใช้ประโยชน์จากแหล่งเรียนรู้ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนทุกแหล่งเรียนรู้มีการใช้อยู่ในระดับมาก ยกเว้นแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัลมีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง

2. ความพึงพอใจในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมกฏวิทยาโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความพึงพอใจในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้อยู่ในระดับมากทุกกิจกรรม ยกเว้นการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายนอกห้องเรียนที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการใช้แหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนมีระดับความพึงพอใจในระดับมากทุกกิจกรรม ยกเว้นความพึงพอใจในการใช้แหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัลอยู่ในระดับปานกลาง

3. ปัญหาในการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมณูวิทยาได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับระบบการจัดซื้อจัดจ้างมีความล่าช้าและมีขั้นตอนที่ยากในการดำเนินงาน และมีข้อเสนอแนะควรมีบุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการดำเนินงานซื้อจัดจ้างและควรมีการลดขั้นตอนการดำเนินงานที่มีความซ้ำซ้อนหรือใช้เทคโนโลยีทางดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินงาน

อภิปรายผล

จากผลการประเมินโครงการสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากผลการประเมินซึ่งพบว่าผลการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมณูวิทยาในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปรากฏว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมและด้านกระบวนการซึ่งเป็นการประเมินเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ มีความสอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาของชาติ มาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน มาตรฐานหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานและมีแนวปฏิบัติตามนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการและนโยบายของโรงเรียน ส่วนด้านกระบวนการจะเป็นการประเมินเกี่ยวกับแผนปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมตามโครงการ การนิเทศกำกับและติดตามตลอดจนการให้ความร่วมมือของผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการที่ผลของการประเมินด้านสภาพแวดล้อมและด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก น่าจะเป็นเพราะก่อนการดำเนินโครงการมีการประชุมชี้แจงวิเคราะห์ถึงความสำเร็จของโครงการ และการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการจะต้องให้มีความสอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐาน สนองต่อกลยุทธ์ของ สพฐ. และตัวบ่งชี้ของ สมศ. สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของโรงเรียนจึงทำให้ผลของการประเมินโครงการของโรงเรียนคิซมณูวิทยาในด้านสภาพแวดล้อมและด้านกระบวนการมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก [9] (โรงเรียนคิซมณูวิทยา, 2567)

2. จากผลการประเมินโครงการด้านปัจจัยเบื้องต้นและด้านผลผลิต ซึ่งพบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางและไม่สอดคล้องตามเกณฑ์และตัวชี้วัดตามแนวทางของการประเมินโครงการที่กำหนดไว้ โดยด้านปัจจัยเบื้องต้นจะเป็นการประเมินเกี่ยวกับคุณภาพและมาตรฐานของวัสดุอุปกรณ์การปฏิบัติงานของบุคลากรผู้รับผิดชอบ การตรวจสอบเกี่ยวกับระบบงบประมาณในการจัดซื้อจัดจ้างและการตรวจสอบสถานที่ในการดำเนินโครงการ ซึ่งตามเกณฑ์ของการประเมินโครงการกำหนดไว้ว่าปริมาณของบุคลากรและงบประมาณจะต้องเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ แต่ผลของการประเมินด้านปัจจัยเบื้องต้นพบว่าการกำหนดผู้รับผิดชอบในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้และงบประมาณในการสนับสนุนการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ และบุคลากรในการจัดซื้อจัดจ้างมีน้อยซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านผลผลิตจะเป็นการประเมินเกี่ยวกับความสำเร็จของกิจกรรมตามโครงการซึ่งผลของการประเมินที่ไม่สอดคล้องตามเกณฑ์และตัวชี้วัดของการประเมินโครงการที่กำหนดไว้ได้แก่ ระดับคุณภาพของการตรวจรับส่วนด้านอื่น ๆ มีความสอดคล้องตามเกณฑ์ตัวชี้วัดที่กำหนดไว้จากการประเมินด้านผลผลิตของโครงการถึงแม้ว่าในภาพรวมจะมีผลของการประเมินในระดับปานกลางแต่เมื่อศึกษาถึงความพึงพอใจมีระดับของการประเมินอยู่ในระดับมากซึ่งสาเหตุดังกล่าวอาจมีผลมาจากการดำเนินโครงการในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ยังให้ความสำคัญต่างกันโดยเฉพาะผลของการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายนอกห้องเรียนที่มีระดับการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลางแต่ผลของการใช้ประโยชน์ในการจัดการเรียนการสอนอยู่ในระดับมาก แหล่งเรียนรู้ห้องเรียนดิจิทัลมีระดับการพัฒนาอยู่ในระดับมากแต่มีการใช้ในการจัดการเรียนการสอนอยู่ในระดับปานกลางส่วนแหล่งเรียนรู้ห้องเรียนคุณภาพ และแหล่งเรียนรู้ห้องปฏิบัติการการสอนมีผลของการพัฒนาและการใช้แหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนอยู่ในระดับมากและมีความสอดคล้องกัน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการประเมินโครงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนคิซมณูวิทยา สรุปได้ว่า ผลการประเมินโครงการในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยด้านสภาพแวดล้อมและด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านปัจจัยเบื้องต้นและด้านผลผลิตอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้คือ ผู้บริหารโรงเรียนควรมีการวางแผน ส่งเสริม สนับสนุนงบประมาณและบุคลากรในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการใช้แหล่งเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอน ซึ่งอาจจะมีกระบวนการนิเทศ กำกับ ติดตาม ให้มีการบูรณาการในการใช้แหล่งเรียนรู้จัดกิจกรรมการเรียนการสอนในรายวิชาทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยถึงรูปแบบนวัตกรรมในการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอนของครูโรงเรียนคิซมณูวิทยาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไป

เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580* (ฉบับย่อ) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- [2] สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2567). *แนวทางการจัดการเรียนรู้ที่มีความหมายและมีคุณค่าสำหรับการศึกษาระดับขั้นพื้นฐาน*. กระทรวงศึกษาธิการ.
- [3] สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2563). *แนวทางการพัฒนาแหล่งการเรียนรู้ในยุคดิจิทัลที่เหมาะสมกับผู้เรียนในวัยเรียน*. กระทรวงศึกษาธิการ.
- [4] สมคิด พรหมจ้อย. (2563). *เทคนิคการประเมินโครงการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). จตุพร ดีไซน์.
- [5] Stufflebeam, D.L. (2003). *The CIPP Model for Evaluation, In International Handbook of Educational Evaluation, Part I*. Springer.
- [6] Krejcie, R.V. & Morgan, D. W. (1970) Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), pp. 607 – 610.
- [7] Cronbach, Lee J. (1990). *Essentials of Psychological Testing*. (5th ed). Harper Collins.
- [8] บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้นฉบับปรับปรุงใหม่*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุวีริยาสาส์น.
- [9] โรงเรียนคิซมณูวิทยา. (2567). *รายงานผลการประเมินตนเองของสถานศึกษาปีการศึกษา 2566*. กระทรวงศึกษาธิการ.

ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทย

Marketing Mix and Online Purchasing Decisions via the TikTok Application of Generation Z consumers in Thailand

ณัฐริดา เทพฝัน¹, เกษรา แสงวงศ์², อนิตา ประดาอินทร์³, กรณิศ เปี้ยอุดร⁴,
ปรีดา ตัญจนะ⁵, และ กาวใจ หวานดี^{6*}

Nattida Thepfun¹, Anita Pradain², Ketsara Sanwong³, Korranid Piaudon⁴,
Preeda Tunjana⁵, and Kaojai Wandee^{6*}

1, 2, 6* นักศึกษา สาขาวิชาการตลาดและการตลาดดิจิทัล, คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา, ลำปาง, ประเทศไทย

1, 2, 6* Marketing and Digital Marketing Students, Faculty of Business Administration and Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Lanna, Lampang, Thailand

3, 4, 5 อาจารย์ สาขาวิชาการตลาดและการตลาดดิจิทัล, คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา, ลำปาง, ประเทศไทย

3, 4, 5 Lecturer, Marketing and Digital Marketing, Faculty of Business Administration and Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Lanna, Lampang, Thailand

Received: January 27, 2025 Revised: July 14, 2025 Accepted: September 2, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อสินค้าความแตกต่างของส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อกของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซด จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยการวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง (T-Test) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า 1) ส่วนประสมทางการตลาด พบว่าการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก ด้านกายภาพ ($\bar{X}$ = 4.64) เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2) การตัดสินใจซื้อสินค้า พบว่าความสะดวกสบายในการใช้บริการ ($\bar{X}$ = 4.64) เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3) เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาด 4) รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ เจนเอเรชั่นแซด ส่วนประสมทางการตลาด

* Corresponding author. Tel.: 061 024 2605

Email address: kaojai.oop@gmail.com

Abstract

This research aimed to investigate the marketing mix and purchasing decisions of Generation Z consumers in Thailand using the TikTok application, specifically analyzing differences based on demographic factors. The sample group consisted of 400 Generation Z consumers, selected through simple random sampling. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. Inferential statistics, including Independent Sample t-tests and Analysis of Variance (ANOVA), were employed to examine the relationships between independent and dependent variables. The research findings revealed that 1) physical evidence ($\bar{X} = 4.64$) was identified as the factor with the highest average score within the marketing mix. 2) Convenience in using the service ($\bar{X} = 4.64$) received the highest average score among factors influencing purchasing decisions. 3) Differences in gender did not significantly affect the importance placed on the marketing mix. 4) Variations in monthly income did not significantly influence purchasing decisions at the 0.05 level of significance.

Keywords: Purchase Intention, Generation Z, Marketing Mix

บทนำ

วิถีชีวิตของผู้บริโภคได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วภายใต้อิทธิพลของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ เห็นได้ชัดว่าการซื้อสินค้าออนไลน์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่อาจมองข้าม โดยเฉพาะหลังจากช่วงเวลาแห่งการระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่สิ้นสุดไปแล้ว โดยพฤติกรรมผู้บริโภคมักสั่งสินค้าออนไลน์ทำให้การซื้อของออนไลน์เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด ผู้บริโภคชอบการได้รับสินค้าที่จำเป็นส่งถึงหน้าบ้านด้วยการกดสั่งสินค้า และปลอดภัยเมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าธุรกิจจึงปรับเปลี่ยนมาซื้อขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มแอปพลิเคชัน ซึ่งทำให้แพลตฟอร์มออนไลน์ มีการเติบโตเพิ่มมากขึ้น การซื้อของออนไลน์ไม่ได้จำกัดแค่กลุ่มคนในเมืองหรือวัยรุ่น แต่ได้ขยายไปสู่ทุกช่วงวัยและทุกกลุ่มประชากร [1] (วสุธร มั่นมิมัน, 2563) อีกทั้งยุคปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้คนอย่างต่อเนื่อง การซื้อสินค้าออนไลน์ได้พัฒนาจากการเป็นเพียงทางเลือกกลายเป็นช่องทางหลักในการซื้อสินค้า ไม่ว่าจะเป็นสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวันหรือสินค้าฟุ่มเฟือย ซึ่งแพลตฟอร์มออนไลน์ที่หลากหลายและการเข้าถึงที่สะดวกสบายช่วยให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่รวดเร็วและตรงกับความต้องการมากขึ้น [2] (สุทิพย์ ประทุม, และสร้อยณัฐ อนุสินยาง, 2565) ความคาดหวังของผู้บริโภคยุคดิจิทัลจึงสูงขึ้นไปตามสัดส่วนของการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยี ธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวและสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อดึงดูดและรักษาผู้บริโภคกลุ่มนี้ในทางการตลาดการทำ Digital Marketing กลายเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสื่อสารกับผู้บริโภคที่มีไลฟ์สไตล์และพฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันไปในแต่ละช่วงวัย กลยุทธ์นี้ช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้อย่างตรงจุด โดยผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีลักษณะการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชันเอกซ์ (Generation X) ซึ่งนิยมค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์และเน้นการเปรียบเทียบราคาผ่านหลายช่องทาง ขณะที่กลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) หรือ Millennials มีแนวโน้มใช้โซเชียลมีเดียและชื่นชอบการติดตามรีวิวสินค้าจากผู้มีอิทธิพล (influencers) ที่ตนเองไว้วางใจมากกว่า รวมถึงการเลือกซื้อสินค้าที่เน้นประสบการณ์และภาพลักษณ์แบรนด์ที่ดี

สำหรับกลุ่มเจนเนอเรชันแซด (Generation Z) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล การเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตและการใช้งานโซเชียลมีเดียกลายเป็นกิจวัตรประจำวัน และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของพวกเขาอย่างชัดเจน โดย

เป็นกลุ่มที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากถึง 60 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ [3] (Howarth, 2024) คนรุ่นเจนเอเรชั่นแซดถึงร้อยละ 98 ใช้โซเชียลมีเดีย (social media) เพื่อค้นหาข้อมูลสินค้าออนไลน์ก่อนซื้อ และมักชื่นชอบการค้นหาข้อมูลและซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มที่เน้นเนื้อหาวิดีโอสั้น เช่น ดิกต็อก (Tiktok) ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเสพข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว กระชับ และน่าสนใจ [4] (Mintel, 2024) พบว่า ผู้ใช้งานในกลุ่มนี้เกือบร้อยละ 40 เลือกค้นหาข้อมูลบนดิกต็อก มากกว่า Google Search เนื่องจากต้องการความสะดวกและเนื้อหาที่เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน การนำเสนอผ่านดิกต็อก ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคในระดับที่ลึกกว่าการโฆษณาแบบเดิม เนื่องจากดิกต็อกเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสร้างเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอสั้นที่สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ รับชมรีวิวจากผู้ใช้งานจริง และกดซื้อสินค้าได้ในแอปพลิเคชันเดียวธุรกิจจึงต้องปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับการใช้งานดิกต็อกของกลุ่ม เจเนอเรชั่นแซดโดยเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่ตอบโจทย์การตัดสินใจซื้อและความชื่นชอบของกลุ่มนี้ และพัฒนาแคมเปญการตลาดที่ใช้ผู้มีอิทธิพล หรือแบรนด์แอมบาสเดอร์ในการดึงดูดความสนใจและสร้างความรู้สึกร่วมระหว่างผู้บริโภคและแบรนด์ในเชิงลึก

ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาและวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันดิกต็อกของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทย เพื่อเสนอแนะเป็นข้อมูลหรือแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดกับการใช้งานดิกต็อกที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในกาซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิกต็อกของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิกต็อกของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิกต็อกของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิกต็อกของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิกต็อกของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทยมีความแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิกต็อกของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทยมีความแตกต่างกัน

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ประชากรศาสตร์ เป็นส่วนหนึ่งในตัวแปรที่สำคัญที่นักการตลาดนิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาดและสามารถกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมายโดยใช้สถิติที่วัดได้จากประชากรในการคำนวณเพราะฉะนั้นลักษณะประชากรศาสตร์จึงเป็นสิ่งที่สำคัญ ลักษณะทางประชากรที่ประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก เช่น อายุ เพศ รายได้ การศึกษา อาชีพ ลักษณะครอบครัว และสถานภาพ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ยังทำให้การคำนวณเป็นไปได้ง่ายมากกว่าการวัดด้วยตัวแปรอื่น [5] (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552)

ส่วนประสมทางการตลาด ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างคุณค่าและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ประกอบด้วยตัวแปร 4Ps [6] Kotler (1997) ได้แก่: ผลิตภัณฑ์ (Product): สินค้าหรือบริการที่บริษัทนำเสนอ โดยมีคุณลักษณะและคุณค่าที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย, ราคา (Price): กลยุทธ์ในการกำหนดราคาที่สอดคล้องกับต้นทุนและคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อสร้างการตอบสนองจากลูกค้า, สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place): การกระจายสินค้าให้เข้าถึงลูกค้าเป้าหมายอย่างสะดวกและรวดเร็ว การส่งเสริมการตลาด, (Promotion): การสื่อสารและการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการผ่านกิจกรรม เช่น โฆษณาและโปรโมชั่น โดยแต่ละองค์ประกอบมีความเชื่อมโยงทำให้เกิดความสำเร็จในเชิงการตลาด ต่อมา แนวคิด 4Ps ได้รับการพัฒนาเป็น 7Ps เพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดสมัยใหม่โดยเฉพาะในธุรกิจบริการ จึงเพิ่มอีก 3 ตัวแปร ได้แก่: บุคคล (People): บุคลากรที่มีส่วนร่วมในการให้บริการ เช่น พนักงาน ผู้ให้บริการ ตัวลูกค้าเอง ซึ่งมีผลต่อประสบการณ์ของลูกค้า, ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence): สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการที่สามารถสื่อถึงคุณภาพและภาพลักษณ์ของธุรกิจ, กระบวนการ (Process): ขั้นตอนการให้บริการที่มีความรวดเร็วและราบรื่นเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า [7] (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2560) การใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps นั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจบริการ โดยเน้นปัจจัยทั้ง 7 ตัว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคลและพนักงาน การสร้างลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจให้แก่กลุ่มผู้บริโภคอย่างยั่งยืน

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมของมนุษย์ โดยมีต้นกำเนิดจากภายใน คือ จิตใจ และเพื่อให้เข้าใจในพฤติกรรมมากขึ้น เป็นการกระทำหรือกิจกรรมของหน่วยงานได้กระทำทั้งการกระทำที่ปรากฏออกมาให้เห็นได้ กระบวนการที่เกิดขึ้นภายในทางกายภาพ ทางอารมณ์ และเกิดจากบุคคลที่มีจิตใจปกติ ซึ่งส่งผลต่อการแสดงออกในรูปแบบของพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน [8] (Durmaz & Dağ, 2021)

การตัดสินใจ กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในทางเลือกของสินค้าและบริการอยู่เสมอโดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อมูลจำกัดของสถานการณ์ ตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค [9] (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2556) การตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เปรียบเสมือน กล่องดำ (Black box) ที่ยากต่อการเข้าใจและแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ดังนั้นการทำความเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในแต่ละขั้นตอนจะทำให้สามารถกำหนดแผนการตลาดที่มีความเหมาะสมสำหรับกระบวนการตัดสินใจซื้อนั้นประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้ [10] (ศิริวัฒน์ เหมือนโพธิ์, 2560)

1. การรับรู้ปัญหา การตระหนักถึงความต้องการ หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดขึ้นตามสิ่งกระตุ้น เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความเจ็บปวด ซึ่งรวมถึงความต้องการร่างกายและความต้องการที่เป็นความปรารถนาอันเป็นความต้องการทางด้านจิตวิทยา

2. การแสวงหาข้อมูล หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อความต้องการมาถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจทันที และในบางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการจะถูกจดจำไว้เพื่อหาทางตอบสนองความต้องการภายหลังเมื่อความต้องการถูกกระตุ้นการตัดสินใจซื้อจะเกิดขึ้น

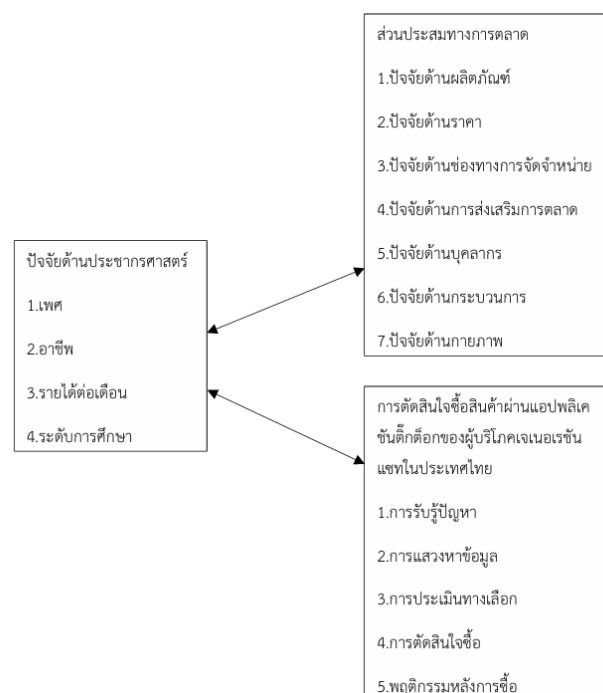
3. การประเมินทางเลือก หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลมาแล้วผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือก นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือก และกระบวนการประมวลผล

4. การตัดสินใจซื้อ ในขั้นของการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะจัดลำดับความชอบตราผลิตภัณฑ์และสร้างความตั้งใจซื้อขึ้น โดยปกติผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อตราที่ชอบมากที่สุด อย่างไรก็ตามความตั้งใจซื้อ (Intention) และการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ของผู้บริโภคอาจถูกกั้นกลางด้วยทัศนคติของผู้อื่นและปัจจัยทางสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง ทัศนคติของผู้อื่น

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าไปแล้วเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้ามักจะมีการซื้อซ้ำอีกในคราวต่อไป แต่ในทางตรงข้าม หากใช้แล้วไม่พอใจผู้บริโภคจะเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อตัวสินค้าและเลิกใช้ที่สุด

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเจเนอเรชันแซด ผู้บริโภคเจเนอเรชันแซดเกิดในช่วงปี 2540-2552 (อายุ 16-28 ปี) จำนวนประชากรของกลุ่มเจเนอเรชันแซดในไทยมีจำนวน 10,800,177 คนกลุ่มคนที่เติบโตมากับเทคโนโลยีที่กำลังพัฒนาอย่างก้าวกระโดด เป็นคนที่เกิดมาในยุคเทคโนโลยีรุ่งเรือง เติบโตด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกสบายที่มาในรูปแบบดิจิทัล ทำให้กลุ่มคนเจเนอเรชันแซดมีความเชี่ยวชาญและชำนาญการใช้เทคโนโลยี และดำเนินชีวิตในสังคมดิจิทัล [11] (ประชาชาติธุรกิจ, 2568) และด้วยความที่คนรุ่นนี้สามารถซึมซับวิถีชีวิตดังที่กล่าวมาได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงไม่ว่าจะเป็นความสามารถในการโพสต์ แชร์ อัปเดตไฟล์ อัปเดตภาพวิดีโอ แสดงความคิดเห็น เสมือนโลกโซเชียลเป็นกิจกรรมทั่วไปของเขา นอกจากนี้กลุ่มคนเจเนอเรชันแซดยังมีการเรียนรู้ข่าวสารโลกในยุคผ่านสื่อ จากข้อมูลดังกล่าวยิ่งเกิดประโยชน์มากเท่าไรยิ่งทำให้เทคโนโลยีมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น [12] (ผกาวิติ ก้อนคำดี, 2565)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย
ที่มา กาวใจ หวานดีและคณะ, (2568)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรในการวิจัยนี้คือผู้บริโภคเจเนอเรชันแซดในประเทศไทยที่เคยซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก จำนวน 10,800,177 คน

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคเจเนอเรชันแซดในประเทศไทยกลุ่มที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก และใช้โซเชียลมีเดีย Facebook และ Line โดยใช้วิธีการเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยกลุ่มสอบถามตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ [13] Cochran, (1977) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด มี 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์: ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ โดยใช้คำถามปลายปิด (Closed-ended questions) และคำถามแบบเลือกตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด และส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้อสินค้า ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 ระดับ โดยกำหนดการแปลความหมายดังนี้ 4.21-5.00 หมายถึง มีความสำคัญในระดับ มากที่สุด 3.41-4.20 หมายถึง มีความสำคัญในระดับ มาก 2.61-3.40 หมายถึง มีความสำคัญในระดับปานกลาง 1.81-2.60 หมายถึง มีความสำคัญในระดับ น้อย และ 1.00-1.80 หมายถึง มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม

1. ทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบโดยนำคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านมาคำนวณดัชนีความสอดคล้อง ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (มากกว่า 0.5) ซึ่งได้เท่ากับ 0.85

2. ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยทดสอบก่อนการเก็บข้อมูลจำนวน 30 คนจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง ได้ค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha ของแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อสินค้า เท่ากับ 0.97 และ 0.93 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.7 จากนั้นจึงนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วย Google Form จำนวน 400 คน และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามจากนั้นดำเนินการแจกแบบสอบถามแบบเอกสาร และส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางเครือข่ายโซเชียลมีเดีย Facebook, Line และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีการทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการทางสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Frequency Distribution) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 Independent-Samples t test ใช้วิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง

2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ด้วยโดยใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว มีจำนวนแบบสอบถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ทั้งสิ้น 400 ชุด

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 260 คน (คิดเป็นร้อยละ 61.20) เป็นเพศชายจำนวน 165 คน (คิดเป็นร้อยละ 38.80) เป็นนักเรียน/นักศึกษา 169 คน (คิดเป็นร้อยละ 39.6) มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท จำนวน 242 คน (คิดเป็นร้อยละ 56.7) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี 223 คน (คิดเป็นร้อยละ 52.3)

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันติดตอกของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตในประเทศไทย

ผลการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย โดยปัจจัยด้านกายภาพแสดงให้เห็นว่าการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันติดตอกมีสินค้าให้เลือกได้หลากหลายมีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดที่ 4.60 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแสดงให้เห็นว่าภาพวิดีโอของสินค้าที่แสดงใน แอปพลิเคชันติดตอกมีความโดดเด่นมีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.56 และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นว่าการซื้อสินค้าผ่าน แอปพลิเคชันติดตอกมีสินค้าให้เลือกได้หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยรวม 4.55 ตามลำดับดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตในประเทศไทย

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D	ความสำคัญ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.55	.45	มากที่สุด
ปัจจัยด้านราคา	4.52	.46	มากที่สุด
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.52	.43	มากที่สุด
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.56	.42	มากที่สุด
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.53	.44	มากที่สุด
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.53	.42	มากที่สุด
ปัจจัยด้านกายภาพ	4.60	.43	มากที่สุด

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันติดตอกของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตในประเทศไทย

ผลการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันติดตอกของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตในประเทศไทย พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าอยู่ในระดับมากและมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือท่านรู้สึกการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันติดตอกมีความสะดวกสบายในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.64 รองลงมาคือการค้นหาข้อมูลสินค้าจากคนรู้จักหลายคนก่อนตัดสินใจซื้อที่มีค่าเฉลี่ยที่ 4.60 และแอปพลิเคชันติดตอกเป็นพื้นที่ในการติดตามเทรนใหม่ และข่าวสารที่เป็นประโยชน์มีค่าเฉลี่ยที่ 4.51 ตามลำดับดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตในประเทศไทย

การตัดสินใจซื้อ	$\bar{x}$	S.D	ความสำคัญ
ความสะดวกสบายในการใช้บริการ	4.64	.59	มากที่สุด
เชื่อมั่นในความสัมพันธ์กับ influencer ที่โปรโมทสินค้าทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้ามากขึ้น	4.51	.58	มากที่สุด
เนื้อหาวิดีโอสั้น กระชับ ดึงดูดความสนใจ	4.49	.60	มาก
การซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน สามารถตอบสนองความต้องการ	4.49	.60	มาก
การตัดสินใจซื้อ	$\bar{x}$	S.D	ความสำคัญ
เป็นพื้นที่ในการติดตามเทรนใหม่ และข่าวสารที่เป็นประโยชน์	4.53	.62	มากที่สุด
ค้นหาข้อมูลสินค้าจากคนรู้จักหลายคนก่อนตัดสินใจซื้อ	4.60	.63	มากที่สุด

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตในประเทศไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจซื้อในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตในประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ พบว่าการทดสอบค่า t ด้วยสถิติ Independent-Samples t test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตในประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ แสดงให้เห็นว่าอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา (Sig = 0.000 < 0.05) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Sig = 0.000 < 0.05) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Sig = 0.011 < 0.05) ปัจจัยด้านบุคลากร (Sig = 0.000 < 0.05) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Sig = 0.000 < 0.05) ปัจจัยด้านกายภาพ (Sig = 0.000 < 0.05) นอกจากนี้ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Sig = 0.012 < 0.05) ปัจจัยด้านราคา (Sig = 0.001 < 0.05) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Sig = 0.001 < 0.05) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Sig = 0.001 < 0.05) ปัจจัยด้านบุคลากร (Sig = 0.000 < 0.05) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Sig = 0.000 < 0.05) และ ปัจจัยด้านกายภาพ (Sig = 0.000 < 0.05) และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเกือบทุกปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Sig = 0.008 < 0.05) ปัจจัยด้านราคา (Sig = 0.003 < 0.05) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Sig = 0.002 < 0.05) และ ปัจจัยด้านบุคลากร (Sig = 0.011 < 0.05)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตในประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศ		อาชีพ		รายได้ต่อเดือน		ระดับการศึกษา	
	T	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	1.735	.188	3.439	.005	3.258	.012*	4.942	.008*
ปัจจัยด้านราคา	1.698	.193	6.432	.000*	4.892	.001*	5.945	.003*
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศ		อาชีพ		รายได้ต่อเดือน		ระดับการศึกษา	
	T	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.286	.593	6.856	.000*	4.746	.001*	2.788	.063
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	.148	.700	3.020	.011*	4.516	.001*	6.290	.002*
ปัจจัยด้านบุคลากร	1.752	.186	6.526	.000*	5.224	.000*	4.553	.011*
ปัจจัยด้านกระบวนการ	1.018	.314	4.552	.000*	5.131	.000*	2.253	.106
ปัจจัยด้านกายภาพ	1.398	.238	8.629	.000*	3.493	.000*	2.348	.097

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจซื้อในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตในประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ พบว่าการทดสอบค่า t ด้วยสถิติ Independent-Samples t test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจซื้อในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดิจิทัลของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตในประเทศไทย

ประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ แสดงให้เห็นว่าเพศ (Sig = 0.011 < 0.05) และอาชีพ (Sig = 0.026 < 0.05) ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันตีกต็อกของผู้บริโภคในเจนเนอเรชันแซดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายในการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันตีกต็อก นอกจากนี้ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในด้านความเชื่อมั่นต่อความสัมพันธ์กับ influencer (Sig = 0.016 < 0.05) และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคผ่านการซื้อสินค้าในตีกต็อก (Sig = 0.042 < 0.05) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชมวิดีโอสั้นที่มีเนื้อหากระชับ ดึงดูดความสนใจ (Sig = 0.027 < 0.05) และการมองว่าตีกต็อกเป็นแหล่งในการติดตามเทรนด์และข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (Sig = 0.016 < 0.05) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะเดียวกัน อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในแง่ของการค้นหาข้อมูลจากคนรู้จักหลายคนก่อนตัดสินใจซื้อ (Sig = 0.015 < 0.05) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันตีกต็อกของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซดในประเทศไทยจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์

การตัดสินใจซื้อ	เพศ		อาชีพ		รายได้ต่อเดือน		ระดับการศึกษา	
	T	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.
ความสะดวกสบายในการใช้บริการ	6.507	.011*	2.586	.026*	1.213	.305	2.190	.113
เชื่อมั่นในความสัมพันธ์กับ influencer ที่โปรโมทสินค้า	0.000	.984	.984	.427	.519	.722	4.061	.016*
เนื้อหาวิดีโอสั้น กระชับ ดึงดูดความสนใจ	4.937	.027*	1.752	.122	1.009	.403	.379	.685
การซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน สามารถตอบสนองความต้องการ	1.634	.202	1.349	.243	1.437	.210	3.184	.042*
พื้นที่ในการติดตามเทรนด์ใหม่ และข่าวสาร ที่เป็นประโยชน์	5.820	.016*	1.764	.119	1.160	.328	1.304	.273
ค้นหาข้อมูลสินค้าจากคนรู้จักหลายคนก่อนตัดสินใจซื้อ	0.175	.676	2.866	.015*	2.133	.076	2.208	.111

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การอภิปรายผล

จากการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันตีกต็อกของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซดในประเทศไทย พบว่าส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมของการให้ความสำคัญทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะปัจจัยด้านกายภาพ (Physical Evidence) มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.60$) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในเจนเนอเรชันแซดให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์และการจัดแสดงสินค้าผ่านแอปพลิเคชันตีกต็อกที่มีความหลากหลายและทันสมัย ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรองลงมา ($\bar{X} = 4.56$) โดยเฉพาะวิดีโอที่แสดงสินค้า ซึ่งได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.73 ซึ่งสอดคล้องกับงานของ [14] Gesmundo et al. (2022) ที่ระบุว่าแคมเปญที่เน้นการนำเสนอด้วยภาพและวิดีโอบน

แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย มีศักยภาพสูงในการกระตุ้นการตอบสนองและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.55$) ยังมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดเช่นกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า โดยผู้บริโภคเห็นว่า แอปพลิเคชันดีท็อกมีสินค้าที่หลากหลายและตอบโจทย์ได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.72 ปัจจัยด้านราคา, บุคลากร, กระบวนการ มีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกัน โดยแสดงให้เห็นว่า มีแนวโน้มเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยเฉพาะด้านราคาที่เหมาะสมและการให้บริการที่น่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [15] Dahniar et al. (2023) ที่พบว่า ความหลากหลายของสินค้า คุณภาพการให้บริการ และราคาที่เหมาะสม ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความตั้งใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดีท็อก

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อาชีพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์บนแพลตฟอร์มดังกล่าวแตกต่างกัน โดยเฉพาะเพศ (Sig = 0.011) และอาชีพ (Sig = 0.026) มีผลต่อความรู้สึกระส่ำราญในการใช้บริการของแอปพลิเคชันดีท็อกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับการศึกษาของ [16] Kanwal et al. (2022) ที่พบว่า เพศและอาชีพมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยผู้หญิงมักมีการใช้แอปพลิเคชันโซเชียลมีเดียเพื่อซื้อสินค้ามากกว่าเพศชาย และผู้ที่มิอาชีพเป็นนักศึกษา/นักเรียนมีความสนใจในสินค้าออนไลน์มากขึ้นเนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและสะดวกผ่านสื่อออนไลน์ จึงมีโอกาสตัดสินใจซื้อสินค้ามากกว่า

นอกจากนี้ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในด้านความเชื่อมั่นต่อความสัมพันธ์กับ influencer (Sig = 0.016) และ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคผ่านการซื้อสินค้าในดีท็อก (Sig = 0.042) ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งตรงกับการศึกษาของ [17] Fernandes et al. (2022) ที่ระบุว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงมีความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน influencer และมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือการรีวิวสินค้ามากกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาน้อย และมักใช้เหตุผลและความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ เพศยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในด้านเนื้อหาวิดีโอสั้น กระชับ ดึงดูดความสนใจ (Sig = 0.027) และ การติดตามเทรนด์ใหม่ และข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (Sig = 0.016) ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาวิดีโอในดีท็อก ซึ่งเน้นความรวดเร็วและกระชับ ตอบโจทย์การเสพสื่อของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล และสามารถกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ [18] (นวมินทร์ ศิวะสารานนท์, และองอาจ สิงห์ลำพอง, 2567) ที่พบว่า ผู้บริโภคในกลุ่มเจนเนอเรชันแซตขึ้นชอบเนื้อหาสั้นที่ตรงประเด็น และมีความบันเทิงที่จะตอบสนองต่อสื่อโซเชียลที่น่าเสนอเทรนด์ใหม่ ๆ อย่างรวดเร็ว ด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลจากคนรู้จักหลายคนก่อนการตัดสินใจซื้อ (Sig = 0.015) ที่แตกต่างกันซึ่งแสดงถึงความระมัดระวังในการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยเฉพาะในกลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษาที่ต้องการความมั่นใจก่อนตัดสินใจ สอดคล้องกับการศึกษาของ [19] (ณิกุล เสนาวงษ์, 2564) ที่ชี้ว่า ผู้บริโภคในกลุ่มเยาวชนมักพึ่งพาข้อมูลจากเครือข่ายสังคมส่วนตัว เช่น เพื่อน ครอบครัว หรือผู้ติดตามบนโซเชียลก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่มความมั่นใจและลดความเสี่ยงในการซื้อ

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

ส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉพาะด้านกายภาพและการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตบนแอปพลิเคชันดีท็อก โดยมีความแตกต่างตามเพศ อาชีพ และระดับการศึกษา

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

1. การพัฒนาฟีเจอร์ของแอปพลิเคชันดีท็อกจากผลการวิจัยที่พบว่าผู้บริโภคที่มีเพศและอาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชันดีท็อกต่างกัน ดังนั้นผู้พัฒนาแอปพลิเคชันควรพิจารณาปรับปรุงฟีเจอร์

ที่ช่วยเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ใช้ โดยเฉพาะผู้ใช้ในกลุ่มเจนเนอเรชันแซตซึ่งมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและคาดหวังประสบการณ์ที่รวดเร็วและตรงใจ

2. การส่งเสริมการตลาดผ่าน ผู้มีอิทธิพล (Influencers) การเชื่อมั่นใน ผู้มีอิทธิพล ที่โปรโมทสินค้าเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ควรเพิ่มความหลากหลายในการเลือก ผู้มีอิทธิพล ที่สามารถเชื่อมต่อกับผู้บริโภคได้ดีขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายในเจนเนอเรชันแซตที่มักจะเลือกซื้อสินค้าผ่านการแนะนำจาก ผู้มีอิทธิพล ที่พวกเขาไว้วางใจ

3. การใช้เนื้อหาวิดีโอที่สร้างสรรค์ จากผลการวิจัยที่พบว่า เนื้อหาวิดีโอ ที่กระชับสามารถดึงดูดความสนใจได้มาก ควรให้ความสำคัญกับการสร้างเนื้อหาที่มีคุณภาพและมีความสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถดึงดูดผู้บริโภคในกลุ่มเจนเนอเรชันแซตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายขึ้น ในการศึกษาครั้งนี้ การจำกัดกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ผู้บริโภคเจนเนอเรชันแซตในประเทศไทย ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชันอื่น เช่น เจเนอเรชันเอ็กซ์ และ Millennial รวมถึงการพิจารณากลุ่มผู้บริโภคเป็นรายภูมิภาค เพื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมในการซื้อสินค้าผ่านดิจิทัล ในมุมมองที่หลากหลาย

2. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่มีลักษณะเจาะลึกมากขึ้น ในงานวิจัยนี้ได้มีการศึกษาเพียงบางปัจจัย เช่น เพศ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา ควรศึกษาปัจจัย เช่น ความชอบส่วนบุคคล การรับรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเหล่านี้ อาจช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] วสุธร มั่งมีมัน. (2563). *การซื้อสินค้าออนไลน์อุปโภคบริโภคในยุคโควิด ในอำเภอเมืองสุโขทัย*. สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสุโขทัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [2] สุทธิย์ ประทุม, และสร้อยณัฏฐ์ อู่เสนยาง. (2565). การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในยุควิถีชีวิตใหม่. *วารสารดงศรีมหาวิทยาลัราชภัฏเทพสตรี*, 6(1), 1-15.
- [3] Howarth, J. (2025). *25+ new Generation Z statistics (2025)*. <https://explodingtopics.com/blog/gen-z-stats>
- [4] Mintel. (2024). *The future of consumer behaviour in the age of Gen Z*. <https://www.mintel.com/insights/consumer-research/the-future-of-consumer-behaviour-in-the-age-of-gen-z/>
- [5] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. ชีระฟิล์ม และไซเท็ก จำกัด.
- [6] Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. (9th ed.) Asimmon and Schuster.
- [7] ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. Diamond In Business World.
- [8] Durmaz, Y., & Dağ, K. (2021). Consumption, consumer behavior and new habits acquired by consumers as a result of COVID-19 measures. *International Journal of Research - GRANTHAALAYAH*, 9(7), 318-328. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v9.i7.2021.4111>
- [9] ฉัตยาพร เสมอใจ. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.

- [10] ศิริวัฒน์ เหมือนโพธิ์. (2560). *กระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าของธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- [11] ประชาชาติธุรกิจ. (2568). แบ่งกลุ่ม 63 ล้านประชากรไทย แต่ละเจนต่างกันยังไง คนรุ่นใหม่-เก่า. เรียกใช้เมื่อ 18 มิถุนายน 2568 จาก สำนักข่าวประชาชาติธุรกิจ. <https://www.prachachat.net/general/news-1768310>
- [12] ผกาวิทย์ ก้อนคำดี. (2565). ทักษะคิดของคนกลุ่มเจนเนอเรชั่น Z ต่อการประสบความสำเร็จ [สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [13] Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- [14] Gesmundo, M. A. G., Jordan, M. D. S., Meridor, W. H. D., Muyot, D. V. C., Castano, M. C. N., & Bandojo, A. J. P. (2022). TikTok as a platform for marketing campaigns: The effect of brand awareness and brand recall on the purchase intentions of millennials. *Journal of Business and Management Studies*, 4(2), 27. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.2.27>
- [15] Dahniar, S., Anugra, W., Sakinah, A., Febrianti, W., & Hasan, M. (2023). Utilization of TikTok Shop interactive features and their impact on consumer purchasing decisions. *International Journal of Asian Business and Management IJABM*, 2(6), 947–960. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v2i6.6891>
- [16] Kanwal, M., Burki, U., Ali, R., & Dahlstrom, R. (2020). Systematic review of gender differences and similarities in online consumers' shopping behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 39(1), 29-43. <https://doi.org/10.1108/JCM-01-2021-4356>
- [17] Fernandes, S., Panda, R., Venkatesh, V. G., Swar, B. N., & Shi, Y. (2022). Measuring the impact of online reviews on consumer purchase decisions – A scale development study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68(5), 103066. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103066>
- [18] นวมินทร์ ศิวะสารานนท์, และองอาจ สิงห์ลำพอง. (2567). ปัจจัยความน่าเชื่อถือของผู้มีอิทธิพลทางความคิดเสมือนจริงที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่น Z ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 11(1), 177–190.
- [19] ณิชกุล เสนาวงษ์. (2564). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนเจนเนอเรชั่นแซดในยุค New Normal ในกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสยาม.

การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่นโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน:
กรณีศึกษา ถนนคนเดิน “ลานวัฒนธรรม” อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

Developing Local Cultural Area Through Community Participation Process:
A Case Study on “Lan Wattana” Walking Street, Natan District,
Ubon Ratchathani Province

กฤตยา อุทโท¹, สมศรี ชัยวานิชยา², ดุสิต จักรศิลป์³, ทานทอง จูทาเกตุ⁴, และ วีรเวทย์ อุทโท^{5*}
Grittaya Utto¹, Somsri Chaiwanichaya², Dusit Jaksilp³, Tuantong Jutagate⁴, and Weerawate Utto^{5*}

^{1, 3} คณะบริหารศาสตร์, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, อุบลราชธานี, ประเทศไทย

^{1, 3} Faculty of Management Science, Ubon Ratchathani University, Ubon Ratchathani, Thailand

² คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยอบลราชธานี, อบลราชธานี, ประเทศไทย

² Faculty of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University, Ubon Ratchathani, Thailand

4, 5* คณะเกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, อุบลราชธานี, ประเทศไทย

^{4, 5*} Faculty of Agriculture, Ubon Ratchathani University, Ubon Ratchathani, Thailand

Received: March 10, 2025 Revised: July 9, 2025 Accepted: August 8, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่นในรูปแบบถนนคนเดินในวัดปากแซง ตำบลพะลาน อำเภอนาตาล จังหวัดอุบลราชธานี ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมกับชุมชน ด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลด้วยวิธีแบบเจาะจง ประกอบด้วย คณะสงฆ์ ผู้ใหญ่บ้านและชุมชน หน่วยงานภาครัฐและธุรกิจ ผู้ประกอบการชุมชน และกลุ่มผู้ร่วมเป้าหมาย การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกพร้อมแบบสอบถามปลายเปิด ถนนคนเดิน “ลานวัฒนธรรม” เป็นชื่อเรียกของพื้นที่วัฒนธรรม จัดตั้งขึ้นในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ด้วยความร่วมมือของชุมชนและภาคีเครือข่ายซึ่งพัฒนาจากกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันและมีขั้นตอนสำคัญ ประกอบด้วย การทบทวนและเรียนรู้เชิงเปรียบเทียบ การทำความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบต่อชุมชน การสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับชุมชน การแลกเปลี่ยนและการจัดการความรู้ และการสะท้อนบทเรียนพร้อมกับการนำใช้และต่อยอด ลานวัฒนธรรมดำเนินการทุกวันเสาร์เวลา 10.00-16.00 น. มีกิจกรรมประกอบด้วยการฟ้อนรำร่วมสมัย การพูดคุยในหัวข้อวัฒนธรรม การจำหน่ายสินค้าและบริการวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านและเกษตรอินทรีย์ ลานวัฒนธรรมได้สนับสนุนการตระหนักรู้ให้ชุมชนและกลุ่มเป้าหมายเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม สร้างรายได้และเครือข่ายธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยลานวัฒนธรรมเป็นที่รับรู้จากสาธารณะและเข้าร่วมเพิ่มมากขึ้นผ่านสื่อสังคมที่ประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและการเรียนรู้ร่วมกันเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่นและการดำเนินกิจกรรมทางวัฒนธรรมของพื้นที่ได้อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังพบว่า องค์ความรู้จากงานวิจัยสามารถประยุกต์กับนโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนด้วยทุนวัฒนธรรม อาทิ อาหารพื้นบ้าน งานศิลปหัตถกรรม แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม และการแสดงทางวัฒนธรรม

คำสำคัญ: พื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่น ทนวัฒนธรรม เศรษฐกิจชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน

*Corresponding author. Tel.: 045 353 500

Email address: weerawate.u@ubu.ac.th

Abstract

This research aimed to develop a local cultural area of a walking street at Pak Saeng Temple, Pa Lan Subdistrict, Natan District, Ubon Ratchathani Province, through community participation processes. The study employed a Participatory Action Research (PAR) methodology, with participants selected via purposive sampling. The sample included Sangha members, village leaders, community members, representatives from government and business organizations, local entrepreneurs, and target participants. Data collection was conducted through in-depth interviews and open-ended questionnaires. The walking street "Lan Wattana" designated as a cultural area, established in November 2023, resulted from community-network collaborations and collaborative learning processes. Key stages included comparative reviews, impact assessments, the development of learning processes, knowledge sharing, and reflective practice. Lan Wattana operates weekly on Saturdays from 10:00 AM to 4:00 PM. Activities include contemporary dancing, cultural talk shows, the sale of indigenous and organic products, and cultural demonstrations. It has raised community awareness regarding cultural heritage conservation while generating income and fostering business networks. Extensive social media publicity has further increased public recognition and participation. Overall, the results indicate that community participation and collaborative learning are fundamental to developing local cultural areas and ensuring the continuity of cultural activities. Furthermore, the knowledge gained from this research can be applied to policies promoting local economies by leveraging cultural capital, such as indigenous foods, arts, handicrafts, and eco-cultural tourism.

Keywords: Local cultural area, Cultural capital, Community economy, Community participation

บทนำ

การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นการดำเนินกิจกรรมที่ก่อให้เกิดพื้นที่สาธารณะสำหรับเชื่อมโยงกิจกรรมทางวัฒนธรรมซึ่งนำไปสู่การสร้างสรรค์ด้านศิลปวัฒนธรรม เศรษฐกิจ [1] (ภัชรภณ ฤทธิ์เต็ม และมานิตย์ โกวฤทธิ์, 2566). หรือกิจกรรมอื่น ๆ ของชุมชน เช่น การส่งเสริมสุขภาพด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น การเรียนรู้และสื่อสารวัฒนธรรมท้องถิ่น [2] (ณัฐวิภา สีนสุวรรณ และคณะ, 2566) การพัฒนาในรูปแบบถนนคนเดินเป็นการเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนจากการค้าขายและท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมและพื้นที่ในรูปแบบถนนคนเดินนิยมดำเนินการให้มีพื้นที่อนุรักษ์ด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น ถนนโบราณ ย่านเมืองเก่าประวัติศาสตร์ เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจำหน่ายอาหาร การแสดงวัฒนธรรม และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว [3] (ธนภัทร์ เรื่องปรัชญากุล และคณะ, 2566)

การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมถนนคนเดินให้เกิดความยั่งยืนจำเป็นต้องได้รับการมีส่วนร่วมจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนเพื่อจัดการในมิติต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ การบริหารขยะ การควบคุมการเข้าพื้นที่และรักษาความปลอดภัย [4] (บุษบาบุญ โอบอ้อม และคณะ, 2567) ตลอดจนการจัดพื้นที่สำหรับกลุ่มสินค้าเพื่อสนับสนุนการเข้าถึงสินค้าและบริการ อันเป็นการส่งเสริมและสร้างความอยู่รอดของผู้ขายสินค้า [5] (สุพาพา สิริกุลตา และไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์, 2558) ในการศึกษาการจัดการถนนคนเดินบริเวณเขตเมืองเก่าเสียบชายฝั่งแม่น้ำมูล [6] นันทพงษ์ บุญปอง และคณะ (2560) รายงานว่า ผู้ค้าประมาณร้อยละ 20 ไม่ได้ขายสินค้าอย่างต่อเนื่อง โดยอาจมีสาเหตุจากการขาดทุนซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดและตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจต่อไป ข้อมูลดังกล่าวทำให้ทราบถึงความสำคัญในการจัดการเพื่อสนับสนุนทางเศรษฐกิจให้ผู้ประกอบการสามารถอยู่รอด ตลอดจนการสร้างจุดเด่นและดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้าพื้นที่เพื่อซื้อสินค้าและบริการ

ข้อมูลที่ได้นำเสนอข้างต้นพบว่า การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่นในรูปแบบถนนคนเดินมีความท้าทายโดยเฉพาะการมีส่วนร่วมจากชุมชนในการบริหารจัดการ การสร้างจุดเด่นและดึงดูดให้ลูกค้าใช้บริการ ตลอดจนการทำให้ถนนคนเดินเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่ต่อเนื่องและทำให้ผู้ประกอบการอยู่รอดได้ จึงเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยให้ความสนใจศึกษา สำหรับเป็นแนวทางของนโยบายท้องถิ่นด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของอำเภอนาตาล ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินโครงการวิจัยการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยทุนวัฒนธรรมระดับพื้นที่ในอำเภอนาตาล จังหวัดอุบลราชธานีระหว่างเดือนเมษายน พ.ศ. 2566 - กันยายน พ.ศ. 2567 [7] (ทวนทอง จุฑาเกตุ และคณะ, 2568) ตัวอย่างของทุนวัฒนธรรมในบริบทของการวิจัยนี้ ประกอบด้วยอาหารพื้นบ้าน งานศิลปหัตถกรรม สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ และการแสดงทางวัฒนธรรม ผู้วิจัยพบว่าภาคีเครือข่ายซึ่งประกอบด้วยชุมชน ภาคธุรกิจ หน่วยงานราชการและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้ความสนใจการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่นโดยใช้รูปแบบถนนคนเดิน เนื่องจากอำเภอนาตาลมีเพียงตลาดสดหรือตลาดนัดที่จัดขึ้นในชุมชน ดังนั้นการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมเพื่อดำเนินการจัดตั้งถนนคนเดินในพื้นที่จึงเป็นโอกาสสำหรับการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม สร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับชุมชน และส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่สาธารณะให้กับอำเภอนาตาลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมรูปแบบถนนคนเดินในวัดปากแขง ตำบลพะลาน อำเภอนาตาล จังหวัดอุบลราชธานีด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมกับชุมชน ด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยนี้มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรม และ การเสริมสร้างเศรษฐกิจด้วยทุนวัฒนธรรม ดังรายละเอียดแสดงต่อไปนี้

1. กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมเป็นหลักการสำคัญของการพัฒนาชุมชน เพื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมและบทบาทในการบริหารจัดการชุมชน แนวคิดดังกล่าวเกิดจากการร่วมมือของสมาชิกของชุมชนใน 4 มิติ ประกอบด้วย (1) การตัดสินใจ (2) การเสียสละเพื่อการพัฒนาและดำเนินการตามที่ได้ร่วมตัดสินใจ (3) การแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และ (4) การประเมินผลการดำเนินงาน [8] (Cohen and Uphoff, 1981) การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกในชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญของกระบวนการเรียนรู้และมีส่วนร่วม ประกอบด้วย (1) การรู้จักตนเอง ผ่านการทบทวนและเรียนรู้เชิงเปรียบเทียบ (2) การทำความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อชุมชน (3) การสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับชุมชน (4) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการจัดการความรู้ และ (5) การสะท้อนบทเรียนพร้อมกับการนำใช้และต่อยอด [9] (Pretty et al., 1995)

2. การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรม

การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมได้รับความสนใจเนื่องจากเป็นพื้นที่เผยแพร่มรดกภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่นำไปสู่การสืบสาน สร้างสรรค์ต่อยอดและการอนุรักษ์วัฒนธรรม ในขณะที่สามารถสร้างรายได้และเศรษฐกิจชุมชน [10] (จิตชนก อนันตมงคลกุล และกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล, 2563) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมการเรียนรู้วัฒนธรรม คติความเชื่อ ศิลปะ ศาสนา ประเพณี ส่งผลให้เกิดการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมเพื่อสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวในด้านสถานที่ สินค้าและบริการ การประชาสัมพันธ์ การดูแลและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว [11] (ณัฐวุฒิ สุวรรณทิพย์ และคณะ, 2560) ซึ่งนำไปสู่การสร้างสำนึกรักในวัฒนธรรมท้องถิ่น [12] (ปานณนาถ เกตุโสภิสฐ์ และอัมเรศ เทพมา, 2567) ถนนคนเดิน เช่น ถนนคนเดินอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย หรือ ตลาดวัฒนธรรม เช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี เป็นการจัดพื้นที่วัฒนธรรมเพื่อการเข้าถึงสินค้าและบริการ การแสดงและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม [13]

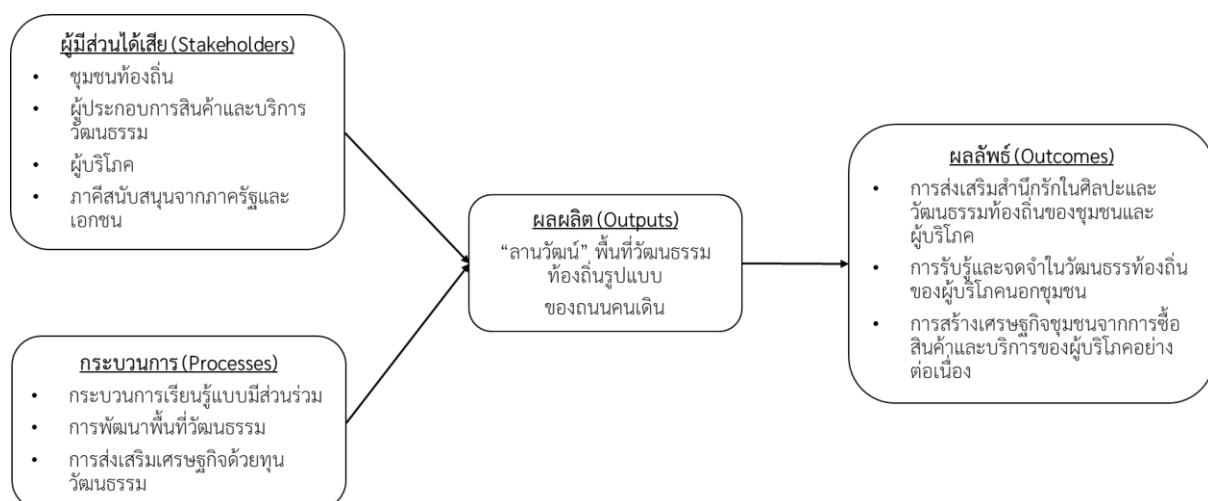
(ธีราธร ลำเนาครุฑ, 2559) ทั้งนี้ การจัดการพื้นที่วัฒนธรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น ความสะดวกในการเดินทางและเลือกซื้อสินค้า ความหลากหลายของสินค้า และการระบายราคาที่ชัดเจน เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ [14] (รัชพงษ์ ชัชวาลย์ และศตวรรษ วัตตธรรม, 2564)

3. การส่งเสริมเศรษฐกิจด้วยทุนวัฒนธรรม

การส่งเสริมเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ และแนวคิดใหม่สำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ หรือการประยุกต์ศิลปะและวัฒนธรรมให้เป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าและบริการ [15] (Howkins, 2001) ดังตัวอย่างการนำนิทานพื้นบ้านบ้านแก่งปลาปาก อำเภอบางพลี จังหวัดเลย เรื่อง ผีห่าก้อม ก้างปลาปาก ผีกองกอยเลี้ยงลูก และเปรตวัดท่าสะอาดมาพัฒนาเป็นละครและภาพยนตร์เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรม การท่องเที่ยว และสร้างรายได้ [16] (ฐานชน จันทรเรือง และภัทรธิดา ผลงาม, 2562) การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานทุนวัฒนธรรมเป็นการนำเสนอจุดเด่นด้านวัฒนธรรมด้วยความคิดสร้างสรรค์ องค์ความรู้ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับกลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ เช่น (1) การปรับปรุงรูปแบบของสินค้าให้มีความทันสมัย แต่ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม หรือ (2) การสร้างตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์และเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับสินค้านำเสนอให้เกิดการจดจำและเลือกซื้อสินค้า [17] (แพรภัทร ยอดแก้ว, 2565)

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากแนวคิดและทฤษฎีสำคัญทั้งสามของการวิจัยนี้ได้นำเสนอข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่นในรูปแบบถนนคนเดินของอำเภอนาตาล ดังแสดงในภาพที่ 1 โดยพบว่าผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholders) ในการพัฒนาและขับเคลื่อนพื้นที่วัฒนธรรม ประกอบด้วย ชุมชนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าและบริการ เช่น สินค้าหัตถกรรม อาหารพื้นบ้าน หรือ การนวดแผนไทย ผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้เลือกซื้อและใช้สินค้าและบริการวัฒนธรรม และภาคีสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้ผู้มีส่วนได้เสียดำเนินการตามกระบวนการเพื่อพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรม ประกอบด้วย กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรม และการส่งเสริมเศรษฐกิจด้วยทุนวัฒนธรรม การดำเนินการดังกล่าวเป็นแนวทางพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมในรูปแบบถนนคนเดิน ให้เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม และส่งเสริมให้เกิดการสำนึกรักในวัฒนธรรมท้องถิ่น และการสร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชนและความอยู่รอดให้กับผู้ประกอบการ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

[7] (ทวนทอง จุฑาเกตุ และคณะ, 2568)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมรูปแบบถนนคนเดินอำเภอนาตาลนี้ได้ใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research, PAR) ด้วยการประยุกต์แนวคิดของกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของชุมชน [8] (Cohen and Uphoff, 1981; [9] Pretty et al., 1995) ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลในระหว่างการดำเนินกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมนั้น ได้ใช้การสัมภาษณ์และแบบสอบถามด้วยการประยุกต์วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ [18] (Patton, 2002) การวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองและอนุญาตจากคณะกรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (หมายเลขรับรอง UBU-REC-98/2567)

1. ขอบเขตประชากร คือ คณะสงฆ์วัดปากแซง ชุมชน ฝ่ายปกครอง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคธุรกิจ ในอำเภอนาตาล จังหวัดอุบลราชธานี และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวัดปากแซง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ เก็บรวบรวมข้อมูลในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมในรูปแบบของถนนคนเดิน กิจกรรมในถนนคนเดิน (เช่น พื้นที่จำหน่าย และประเภทสินค้าและบริการ) การจัดการต่างๆ เช่น ความปลอดภัย สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ หรือสิ่งอำนวยความสะดวก

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ วัดปากแซง บ้านปากแซง หมู่ 3 ตำบลพะลาน อำเภอนาตาล ซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายของการพัฒนาถนนคนเดินในระยะเริ่มต้น ก่อนขยายสู่ถนนเลียบริมแม่น้ำโขงสู่ด่านถาวรบ้านปากแซง

4. ขอบเขตระยะเวลา คือ ดำเนินการตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2566 ถึง เดือนกันยายน พ.ศ. 2567

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ได้ศึกษาในการวิจัยนี้ ได้คัดเลือกเป็นผู้ให้ข้อมูลโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลแสดงในตารางที่ 1 กลุ่มประชากรเป็นตัวแทนของผู้มีส่วนได้เสียในการพัฒนาถนนคนเดินอำเภอนาตาล ซึ่งแม้ว่ามีจำนวนที่ไม่มาก แต่การวิจัยนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อนำเสนอข้อมูลที่สะท้อนความคิดเห็นหรือมุมมองต่อการพัฒนาถนนคนเดินและพื้นที่วัฒนธรรม โดยไม่ได้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตัวเลขหรือสถิติ การคัดเลือกประชากรจากข้อมูลของการวิจัยในพื้นที่อำเภอนาตาล เช่น การประชุมร่วมกับชุมชน ภาคราชการและเอกชน นอกจากนี้ได้ประยุกต์เทคนิค Snowballing ในการกำหนดประชากรโดยให้ตัวแทนแต่ละกลุ่มประชากรได้ระบุชื่อของประชากรท่านต่อไปเพื่อให้คณะวิจัยติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูล

ตารางที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่ม	ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวน (คน)
คณะสงฆ์	เจ้าอาวาสและพระเลขานุการ วัดปากแซง	2
ผู้นำหมู่บ้าน	ผู้ใหญ่บ้าน ตำบลพะลาน อำเภอนาตาล	5
สมาชิกชุมชน	ผู้แทนชุมชน และคณะนางรำ/ออกกำลังกายจิตอาสา	20
หน่วยงานภาครัฐ	สมาชิก/ผู้แทนองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 4 แห่งในอำเภอนาตาล และผู้แทนฝ่ายปกครองของอำเภอนาตาล และหน่วยงานสนับสนุนภาครัฐ	10
ผู้ประกอบการและภาคธุรกิจ	ผู้ประกอบการในพื้นที่ชุมชนรอบวัดปากแซง และตัวแทนหอการค้าอำเภอนาตาล	10
นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว และ/หรือพุทธศาสนิกชน ที่เดินทางมาวัดปากแซง	15

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ในการศึกษาวิจัยนี้ ได้ประยุกต์ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured In-Depth Interview) ด้วยแบบสอบถามปลายเปิด (Opened-End Questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมืองานวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถามตลอดจนแนวทางการตั้งคำถามกับผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้เครื่องมือมีความสอดคล้องกับแนวคิด/ทฤษฎี และวัตถุประสงค์ของงานวิจัยด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าวเป็นแนวทางสำคัญในการตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมืองานวิจัยตามวิธีที่นำเสนอใน [19] สุภางค์ จันทวานิช (2553)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการสัมภาษณ์ใช้เวลา 5-20 นาที ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล โดยรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้ให้ข้อมูล เช่น คณะนางรำ/ออกกําลังกายจิตอาสา โดยใช้เวลาประมาณ 1-1.30 ชั่วโมง นอกจากนี้ได้เก็บข้อมูลจากการเข้าร่วมประชุม และกิจกรรมต่าง ๆ พร้อมกับบันทึกข้อมูลแบบภาคสนาม (Field Note Taking) และถ่ายภาพซึ่งได้รับอนุญาตจากกลุ่มตัวอย่างตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เรียบร้อยแล้ว

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการประยุกต์การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามแนวทางที่รายงานใน [20] กฤตยา อุทโย และคณะ (2565) จากนั้นเรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เป็นความเรียง โดยการวิเคราะห์ตามแนวคิดและทฤษฎีที่นำเสนอข้างต้นประกอบด้วย กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของชุมชน การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรม และการส่งเสริมเศรษฐกิจด้วยทุนวัฒนธรรม

ผลการวิจัย

กระบวนการเรียนรู้และพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม

ตัวแทนชุมชนได้ประสานงานกับภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ประกอบด้วย คณะสงฆ์ หน่วยงานภาครัฐ หอการค้า สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และคณะทำงานจิตอาสาในชุมชน เพื่อประชุมร่วมกันในวันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2566 โดยมีพระครูวีรวรานุกุล เจ้าอาวาสวัดปากแขง เป็นประธานฝ่ายสงฆ์ นายเกียรติศักดิ์ หมีนแผน ปลัดอาวุโส อำเภอนาตาล (ตำแหน่งขณะนั้น) เป็นประธานฝ่ายฆราวาส ผลจากการประชุมพบว่า ชุมชนและภาคีเครือข่ายเห็นพ้องกันถึงการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่นในรูปแบบถนนคนเดิน (เรียกโดยรวมว่า “ถนนคนเดิน”) โดยใช้เส้นทางเลียบบแม่น้ำโขงระยะทาง 500 เมตร จากจุดผ่านแดนถาวรบ้านปากแขงมายังวัดปากแขง (ภาพที่ 2 ก) ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานของพระเจ้าใหญ่องค์ตื้อที่ (ภาพที่ 2 ข) พื้นที่ดังกล่าวมีศักยภาพ เนื่องจากมีทัศนียภาพที่สวยงามของแม่น้ำโขง บริเวณจุดผ่านแดนถาวรฯ เป็นท่าข้ามเรือไปยังบ้านปากตะพาน เมืองละคอนเพ็ง แขวงสาละวัน มีผู้ใช้บริการชาวไทยและชาว สปป. ลาวอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งวัน ในขณะที่วัดปากแขงมีพุทธศาสนิกชนและนักท่องเที่ยวชาวไทย และ สปป. ลาวเดินทางมาสักการะพระเจ้าใหญ่องค์ตื้อจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงงานบุญเดือนสาม และเทศกาลทางพระพุทธศาสนา ประเพณีและวันหยุดต่าง ๆ ทั้งนี้ การตกลงร่วมกันระหว่างชุมชนและภาคีเครือข่ายเพื่อพัฒนาถนนคนเดินดังแสดงในการประชุมข้างต้น เป็นตัวอย่างของผลต่อเนื่องจากการประชุมและกิจกรรมงานวิจัยที่เกิดขึ้นตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2566 เช่น การประชุมร่วมระหว่างหอการค้าอำเภอนาตาล องค์การบริหารส่วนตำบลของอำเภอนาตาล การประชุมร่วมชุมชนตำบลพะลาน (พื้นที่ตั้งของวัดปากแขง) การประชุมร่วมระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่นในวัดปากแขง และกลุ่มจิตอาสาทางรำจัดกิจกรรมในพื้นที่วัดปากแขง

ชุมชนและภาคีเครือข่ายได้กำหนดแผนการพัฒนานนคณดิน ได้แบ่งเป็น 3 ระยะ ประกอบด้วย (1) ระยะเริ่มต้น (ปีที่ 1 ระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2566-ตุลาคม พ.ศ. 2567) (2) ระยะกลาง (ปีที่ 2 ระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567-ตุลาคม พ.ศ. 2568) และ (3) ระยะยาว (พฤศจิกายน พ.ศ. 2568 เป็นต้นไป) การดำเนินการในระยะต้นมุ่งเน้น การสร้างความต่อเนื่องของกิจกรรมในถนนคนเดิน เพื่อให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในด้านคุณภาพของสินค้า บริการ และ กิจกรรมทางวัฒนธรรม การดำเนินกิจกรรมในระยะกลางและระยะยาวนั้นได้พิจารณาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ในอนาคตและสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวลาวและชาวเวียดนามเข้าสู่ถนนคนเดิน มากขึ้น เช่น การสร้างทางเดินสกายวอล์ค (Skywalk) ในบริเวณวัดปากแขงซึ่งยื่นลงไปยังแม่น้ำโขงและมีแผนการสร้างในช่วงปี พ.ศ. 2568-2569 และการสร้างสะพานมิตรภาพไทยลาว แห่งที่ 6 เพื่อเชื่อมการเดินทางไปยัง สปป. ลาว และประเทศ เวียดนาม จุดสร้างสะพานอยู่บริเวณใกล้แดนถาวรทั้งสองแห่ง (ภาพที่ 2 ก) คาดว่าสร้างแล้วเสร็จหลังปี พ.ศ. 2570 ในบทความวิจัยนี้จึงนำเสนอการพัฒนาถนนคนเดินในระยะเริ่มต้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ชุมชนบ้านปากแซงร่วมกับคณะสงฆ์ องค์การบริหารส่วนตำบลพะลาน หอการค้าอำเภอนาตาล และคณะผู้วิจัยจากมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (เรียกโดยรวมว่าคณะทำงานหลัก) พัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมขึ้นในรูปแบบของลานวัฒนธรรมภายใต้ชื่อ “ลานวัฒนธรรมท้องถิ่นลุ่มน้ำโขง” หรือเรียกโดยย่อว่า “ลานวัฒนธรรม” (กรอบพื้นที่แสดงในภาพที่ 2 ก) ชื่อดังกล่าว

ได้รับเมตตาตั้งโดยท่านเจ้าอาวาสวัดปากแขง ซึ่งสะท้อนทุนวัฒนธรรมของชุมชนที่ผูกพันกับแม่น้ำโขง วิถีชีวิตการเกษตรและประเพณี ทั้งนี้ การบริหารจัดการลานวัฒนธรรมไม่ได้ใช้บริการของผู้รับจัดงานเทศกาล (อแกไนเซอร์) แม้ว่าการดำเนินงานโดยผู้รับจัดงานฯ อาจทำให้พื้นที่มีความคึกคักเนื่องจากมีผู้ขายสินค้าจำนวนมากในเครือข่ายมาออกร้าน หรือ การตกแต่งสถานที่อย่างสวยงาม แต่รายได้ส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นจะอยู่ที่ผู้รับจัดงานฯ และเครือข่าย ดังนั้นชุมชนจึงควรดำเนินการเองแบบค่อยเป็นค่อยไป แม้ต้องใช้เวลามากกว่าผู้บริโภครองทั้งในและนอกชุมชนจะรับรู้ในพื้นที่และกิจกรรมที่สร้างขึ้น ดังข้อความต่อไปนี้จากข้อเสนอแนะของท่านเจ้าอาวาสวัดปากแขง

“...เฮ็ด (ทำ) เล็ก ๆ ซะก่อนในชุมชน หากหลวงพ่อกับให้คนนอกมาทำแบบงานบุญเดือนสามก็ได้ แต่งานจบชุมชนกับ (ไม่) ได้ทำต่อไป คนมาขายเขาก็ไปมองอื่นแล้ว (ไปสถานที่อื่นแล้ว) เอาแบบน้อย ๆ เฮ็ดในชุมชน คิดว่าสียากอยู่กว่าจะติดคือเขมราฐ (คิดว่ากว่าคนจะรับรู้และมาเที่ยวเป็นจำนวนแบบถนนคนเดินเขมราฐ) แต่ปล่อยเฮ็ดก็อยู่ (รู้)...” (ผู้ให้ข้อมูล PKSN001, ตุลาคม 10, 2566)

การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนด้วยทุนวัฒนธรรม

เมื่อชุมชนและภาคีเครือข่ายได้จัดตั้งลานวัฒนธรรม การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนด้วยทุนวัฒนธรรมเป็นขั้นตอนสำคัญเพื่อขับเคลื่อนลานวัฒนธรรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กลุ่มเป้าหมาย

คณะทำงานหลักได้กำหนดกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 2 กลุ่ม ประกอบด้วย (1) พุทธศาสนิกชนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสักการะพระเจ้าใหญ่องค์ตื้อ ซึ่งเป็นบุคคลนอกชุมชน และ (2) ผู้อาศัยในชุมชนรอบวัดปากแขง และตำบลอื่น ๆ กลุ่มเป้าหมายที่ 1 เดินทางมายังวัดบ้านปากแขงทุกวัน โดยเฉพาะวันหยุดสุดสัปดาห์และทางพระพุทธรูปศาสนา ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนชุมชนและผู้ขายสินค้าในวัดปากแขง พบว่า มีรถบัสนำเที่ยวเข้ามาวันละ 5-7 คัน (1 คัน มีที่นั่ง 40 ที่) ในขณะที่ช่วงวันหยุดมีจำนวนรถบัสเพิ่มขึ้นถึง 10-15 คัน ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมากับรถบัสเท่ากับ 200-300 คนต่อวัน ในขณะที่จำนวนรถยนต์ส่วนตัว (จำนวน 4-5 ที่นั่ง) ประมาณ 50-70 คัน จึงมีพุทธศาสนิกชนในกลุ่มนี้ประมาณ 200-300 คน จากข้อมูลดังกล่าวจึงประมาณจำนวนพุทธศาสนิกชนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในแต่ละวันมีจำนวนทั้งหมดไม่น้อยกว่า 400-500 คนต่อวัน ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายที่ 2 มีจำนวนไม่มากเนื่องจากเป็นผู้อาศัยในชุมชน มักเข้ามาในพื้นที่วัดช่วงวันพระประมาณ 50-60 คน แต่มีจำนวนเพิ่มมาประมาณ 200-300 คน ในช่วงงานหรือเทศกาลทางพระพุทธศาสนา ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายที่ 1 จึงเป็นเป้าหมายหลักสำหรับการจัดกิจกรรม ในขณะที่เดียวกันได้เสริมกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่ 2

วัน-เวลา และ สถานที่

กำหนดการจัดกิจกรรมลานวัฒนธรรม คือ ทุกวันเสาร์ เวลา 10.00-16.00 น. ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2567 เป็นต้นไป จากเดิมระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2566-สิงหาคม พ.ศ. 2567 จัดเพียง 1 ครั้ง หรือ สองครั้งต่อเดือน สถานที่จัดกิจกรรมลานวัฒนธรรม คือ สนามกีฬาบาสเกตบอลเดิมของวัด มีต้นจามจุรีใหญ่ให้ร่มเงาอยู่ข้างสนาม (ภาพที่ 2 ก) จึงสะดวกต่อการชมการแสดงและเสนา การจอดรถ การเข้าห้องน้ำของผู้ร่วมกิจกรรม การออกร้านและแสดงนิทรรศการ พื้นที่จัดกิจกรรมได้ล้างทำความสะอาดโดยองค์การบริหารส่วนตำบลพะลาน พื้นผิวที่เป็นหลุมหรือลานดินที่เป็นแหล่งของฝุ่นได้รับการซ่อมแซมจากคณะสงฆ์ด้วยการเทพื้นคอนกรีตและปลูกต้นไม้เพิ่มร่มเงา นอกจากนี้คณะทำงานได้ตั้งต้นประชาสัมพันธ์ จัดที่นั่งชมและพักผ่อน สร้างจุดเช็คอิน (Check-in) ด้วยการใช้เครื่องมือประมงและทอผ้าซึ่งเป็นตัวอย่างของทุนวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ทำให้พื้นที่มีความสวยงามและน่าสนใจ ทั้งนี้ การกำหนดวัน เวลา สำหรับการจัดกิจกรรมของลานวัฒนธรรมเป็นตัวอย่างสำคัญในการใช้วิธีสนทนากลุ่มในแต่ละช่วงเวลา ดังกรณีการปรับเวลาของการดำเนินกิจกรรมภายหลังจากช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2566-

มกราคม พ.ศ. 2567 ซึ่งจากเดิมจัดในช่วงเวลา 15.00-17.00 น. มาปรับเวลาใหม่ 11.00-15.00 น. เมื่อพิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวัดปากแขง และเส้นทางการท่องเที่ยว ดังปรากฏจากข้อความบางส่วนของบทสนทนากลุ่ม ดังนี้

“...(ตัวแทนของคณะดำเนินการได้ให้ข้อมูลต่อผู้ร่วมสนทนา) ข้อมูลจากหลวงพ่ (เจ้าอาวาสวัดปากแขง) แม่คำในบริเวณวัด คุณ (สงวนนาม ตัวแทนหอการค้าอำเภอนาตาล) และการสังเกตของหลาย ๆ คนในที่นี้ เรา พบว่า ในวันเสาร์นักท่องเที่ยวมาวัดจำนวนมาก ในช่วง 10.30-12.00 น. และอีกช่วง 14.00-15.00 น. ช่วงเช้ามีนักท่องเที่ยวเดินทางไปสามพันโบก (แก่งหินกลางลำน้ำโขง อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี) ช่วงสายๆ เดินทางมาวัดปากแขง เพื่อไหว้พระเจ้าใหญ่องค์ตั้งและกินข้าวเที่ยง แต่มีอีกกลุ่มที่จะมาช่วงตอนบ่าย ก่อนเดินทางไปถนนคนเดินเขมราฐ หากเราจัดตั้งแต่ 15.00 น. ไปจนถึง 17.00 น. แม้ว่าแต่เดิมนั้นจะมีคนดูน้อย เราควรขยับเวลาขึ้นมาให้ตรงช่วงคนมาเยอะ แม้ว่าแต่เดิมน้อย แต่เริ่มต้นถ้าหากน่าจะบังแดดได้ มีลมเย็นๆ จากแม่น้ำโขงช่วย กิจกรรมเราหยุดตอน 15.00 น คนมาร่วมก็ได้เดินทางต่อไปเขมราฐ ก็จะเป็นเส้นทางท่องเที่ยววนาตาลไปเขมราฐ (ภายหลังจากทราบข้อมูล ผู้นำการสนทนาได้สอบถามและหารือกับผู้ร่วมสนทนา) จากข้อมูลนี้ทีมเรามองว่าอย่างไรหากจะเปลี่ยนเวลาจัดจาก 15.00-17.00 น. มาเป็น 11.00-15.00 น. ...” (ข้อมูลบางส่วนจากการสนทนากลุ่มของคณะทำงานฯ, 27 มกราคม พ.ศ. 2567)

การแสดงศิลปะ วัฒนธรรม การเสวนา และนิทรรศการ

การกำหนดกิจกรรมในลานวัฒนธรรมได้พิจารณาจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น ความสะดวกในการซื้อ (ขนาด หรือรูปลักษณะของสินค้า) พฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น การรับประทานอาหาร การถ่ายภาพและถ่ายทอดสด (LIVE) จากอุปกรณ์สื่อสาร การแสดงของชุมชนและผู้สูงอายุ นอกจากนี้ คณะทำงานหลักได้หารือร่วมกับผู้ประกอบการท้องถิ่นไม่ให้เกิดการซ้ำกันของสินค้าและบริการ โดยได้ข้อตกลงร่วมกันว่า แต่ละผลิตภัณฑ์ให้มีจำนวนไม่เกิน 3 ราย และผู้ประกอบการเป็นคนในชุมชนหรือพื้นที่ใกล้เคียง เช่น อำเภอเขมราฐ อำเภอโพธิ์ไทร และไม่นำกลุ่มค้าเร่เข้ามาจำหน่าย

กิจกรรมหลักของลานวัฒนธรรม ประกอบด้วย (1) จำหน่ายสินค้าวัฒนธรรม เช่น ผลิตภัณฑ์มะสังแปรูป (ผลไม้ท้องถิ่น) ในรูปแบบเครื่องดื่มผสมโซดา แยม น้ำเข้มข้น ผ้าฝ้ายย้อมคราม อาหารพื้นบ้าน เครื่องจักสาน ต้นกล้าพันธุ์ไม้ และบริการนวดแผนไทย ในระยะเริ่มแรกนี้มีผู้ประกอบการจำนวน 5 รายซึ่งจำหน่ายสินค้าต่างกัน (2) การแสดงจากคณะนางรำจิตอาสาบ้านปากแขงและชุมชนอื่น ๆ ในอำเภอนาตาล (3) การเสวนาเล่าเกร็ดประวัติศาสตร์เมืองนาตาล (4) การแสดงของชุมชนในชุมชนและโรงเรียน (5) กิจกรรมส่งเสริมเพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น การทายปัญหาวัฒนธรรมท้องถิ่น และ (6) การเสวนาอย่างเป็นกันเองในหัวเรื่องวัฒนธรรม เช่น พระเครื่อง พญานาค พานบายศรี

กิจกรรมลานวัฒนธรรมได้ถูกจัดขึ้นครั้งแรกในวันเสาร์ที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ได้รับความร่วมมือและเข้าร่วมจากภาครัฐ ภาคเอกชนในอำเภอนาตาลและอำเภอเขมราฐ มีการออกร้านจำหน่ายผ้าฝ้ายทอมือย้อมคราม สินค้าเกษตรอินทรีย์ เครื่องประดับตกแต่งจากผ้าย้อมคราม ตลอดจนการแสดงดนตรีอีสานและการแสดงฟ้อนรำคณะนางรำจิตอาสา (ภาพที่ 3ก) และชุมชนโคฟเวอร์แดนซ์บ้านปากแขง (ภาพที่ 3ข) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาวัดปากแขงได้ให้ความสนใจร่วมกิจกรรมและเลือกซื้อสินค้า ในกิจกรรมได้จัดเสวนาร่วมกับชุมชนในหัวข้อต่างๆ เช่น เจริญ-พระเครื่อง พระเจ้าใหญ่องค์ตั้ง (ภาพที่ 3ค) ตลอดจนการพูดคุยกับตัวแทนของผู้ร่วมจัดตั้งถนนคนเดินอำเภอเขมราฐ เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ซึ่งรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้สำหรับการวางแผนจัดการลานวัฒนธรรมให้มีความต่อเนื่องและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการต่อไป



(ก)



(ข)



(ค)

ภาพที่ 3 การแสดงของคณะนางรำจิตอาสา (ก) คณะยุวชน (ข) และ การเสวนาร่วมกับชุมชน (ค) ในพื้นที่ลานวัฒนธรรม

[7] (ทวนทอง จุฑาเกตุ และคณะ, 2568)

การประชาสัมพันธ์ และสร้างความร่วมมือกับชุมชน

คณะทำงานหลักได้ประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารกิจกรรมลานวัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์โซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะการเชื่อมโยงกับเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและส่งเสริมวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเฟซบุ๊กที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก (ผู้ติดตามระหว่าง 2,000-55,000 คน) ประกอบด้วย “นครปากแซง สุดเขตแดนสยาม” “ฮักแพงปากแซงท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” และ “ฮักนะเขมราฐ” นอกจากนี้ ชุมชนได้สร้างจุดประชาสัมพันธ์ในลานจอดรถและหน้าวิหารพระเจ้าใหญ่องค์ตื้อ เพื่อสร้างการรับรู้ของสาธารณะ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ด้วยการเผยแพร่ภาพถ่าย วิดีโอสั้นที่เผยแพร่ใน Facebook Reels และ TikTok แอปพลิเคชัน ตลอดจนการถ่ายทอดสดทำให้เกิดการรับรู้ไปยังเครือข่ายของนักท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยนำไปสู่การเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนและหน่วยงานราชการเพิ่มขึ้น เช่น การจำหน่ายปลาน้ำโขง ชุมชนนาหินโง่น การแสดงดนตรีไทยของนักเรียน และการแสดงดนตรีเฉลิมพระเกียรติ 72 พรรชามหาราช

ในด้านการสร้างความร่วมมือกับชุมชน คณะทำงานหลักได้จัดการประชุมร่วมกับภาคีเครือข่ายอื่น ๆ เช่น ผู้ใหญ่บ้านทุกหมู่บ้านในตำบลพะลาน ตัวแทนกลุ่มทอผ้าบ้านเหมือดแอ่ เพื่อหารือในความร่วมมือด้านต่าง ๆ อาทิ การแสดงทางวัฒนธรรม การร่วมจำหน่ายสินค้าชุมชน ส่งผลให้มีการขยายความร่วมมือจากชุมชนกว้างมากขึ้น เช่น การนำสินค้าชุมชนมาวางจำหน่ายประกอบด้วย หม้อไม้ปัก (บ้านทุ่งเกลี้ยง หมู่ 6) หนูนานและลูกกบ (บ้านบก หมู่ 4) ผ้าฝ้ายย้อมคราม (บ้านทางโค้ง หมู่ 13) ปลาแม่น้ำโขง (บ้านนาหินโง่น หมู่ 9) หรือ คณะนางรำจากบ้านบกและบ้านทุ่งเกลี้ยงร่วมแสดงกับคณะนางรำบ้านปากแซงโดยหมุนเวียนสลับกันและ/หรือแสดงร่วมกันตามโอกาสที่เหมาะสม

ผลลัพธ์จากการพัฒนาและขับเคลื่อนลานวัฒนธรรม

ผลลัพธ์ซึ่งเกิดจากการพัฒนาและขับเคลื่อนลานวัฒนธรรมในวัดปากแซง ตำบลพะลาน อำเภอนาตาล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การส่งเสริมสำนึกรักในทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น

พื้นที่วัฒนธรรมลานวัฒนธรรมได้ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การประดิษฐ์บายศรีสู่ขวัญโบราณ โดยช่างทำบายศรีอาวสุ การถ่ายทอดศิลปะการทำเส้นด้ายจากก้อนฝ้ายที่มีการแยกเมล็ดออกจากปุยฝ้าย การตีฝ้ายให้ฟู และนำฝ้ายมาปั่นหรือเข็นเป็นเส้นด้าย พร้อมกับเล่าเรื่องเกร็ดสนุก (ภาพที่ 4) เช่น การพูดหยอกล้อของหญิงสาวทอผ้ากับชายหนุ่มที่แวะเวียนมาเยี่ยมที่บ้าน ด้วยคำว่า “จิกแ้ว ๆ บ่แวะบ้านนี้ สีไปแวะ บ้านไต่” (จิกแ้ว ๆ คือ เสียงหมุนของเครื่องเข็นฝ้าย) เพื่อถามกับชายหนุ่มว่า หากไม่แวะที่บ้านหลังนี้แล้วชายหนุ่มจะไปแวะที่บ้านหญิงอื่นคนไหน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวได้รับชมการแสดงของคณะนางรำในระหว่างร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ด้วย (ภาพที่ 4) ตัวอย่างกิจกรรมวัฒนธรรมดังกล่าว ได้ช่วยให้นักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดการรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญและสืบสานวัฒนธรรม ดังปรากฏในข้อความของมุมมองจากนักท่องเที่ยว

“...เคยได้ยินว่าการทอผ้าฝ้ายแบบทอมือนั้นทำยาก ต้องพิถีพิถัน พอมาได้เห็นการทำเส้นใยจากก้อนฝ้าย รู้เลยว่าต้องใจเย็นและมีฝีมือจริง ๆ ตัวเองลองแล้วแต่เส้นขาดไม่ต่อเนื่องเหมือนแม่ทำ (คุณนิตยใส แสงชัย กลุ่มวิสาหกิจวังม่วง) ทักษะการทอผ้าแบบนี้ต้องอนุรักษ์ไว้ให้คนรุ่นใหม่ได้เรียน และฝึกจะได้ไม่หายไป และใช้ผ้าทอด้วยเครื่องหมด...” (ผู้ให้ข้อมูล PKSN010, เมษายน 6, 2567)



(ก)



(ข)



(ค)

ภาพที่ 4 การร่วมพับประดิษฐ์ใบตองและบายศรีโบราณของนักท่องเที่ยว (ก) การสาธิตทำเส้นด้ายจากก้อนฝ้าย (ข) และการแสดงของคณะนางรำร่วมกับการจัดกิจกรรมอื่น ๆ ในพื้นที่ลานวัฒนธรรม (ค)

[7] (ทวนทอง จุฑาเกตุ และคณะ, 2568)

การนำเสนอข้อมูลประวัติศาสตร์ได้ส่งเสริมความภูมิใจในท้องถิ่น เช่น การสร้างเหรียญพระเจ้าใหญ่องค์ที่อรุณปี พ.ศ. 2520 เพื่อเป็นที่ระลึกการเสด็จของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพล อดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (ในหลวงรัชกาลที่ 9) พร้อมด้วยพระบรมวงศานุวงศ์ มายังวัดปากแขง ในวันพุธที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2520 และมีพระราชปฏิสันถารกับประชาชนผู้มาเฝ้ารับเสด็จ ช่วงเวลาดังกล่าวมีเหตุการณ์ไม่สงบบริเวณชายแดนไทยและสปป. ลาว แต่ ในหลวงรัชกาลที่ 9 และพระบรมวงศานุวงศ์ได้เสด็จมาให้กำลังใจแก่ทหารหาญและพลนิกร ข้อมูลดังกล่าวนี้ได้สนับสนุนการสำนึกรักและหวงแหนในแผ่นดินไทยซึ่งได้รับการสะท้อนจากผู้เข้าร่วมเสวนาพระเครื่องพระเจ้าใหญ่องค์ที่อรุณปีจัดขึ้นในวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2567 (ภาพที่ 3 ค)

การส่งเสริมและสร้างเศรษฐกิจชุมชน

การพัฒนาและขับเคลื่อนลานวัฒนธรรมสามารถสร้างรายได้และสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมผู้ประกอบการมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าอยู่ระหว่าง 300-1,500 บาทต่อครั้งของการจัดลานวัฒนธรรมตามประเภทหรือจำนวนของสินค้าที่นำมาจำหน่าย หากเป็นสินค้าผ้าฝ้าย (ผ้าผืนและชุดตัดสำเร็จ) อาจมีรายได้สูงถึง 5,000 บาทต่อครั้งที่จำหน่าย พื้นที่ลานวัฒนธรรมได้สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการนำสินค้าใหม่ เช่น เครื่องดื่มมะสังโซดา (รสหวานอมเปรี้ยว) มาทดสอบตลาด ซึ่งจากการเก็บข้อมูลรายได้ของผู้ขาย พบว่า มีรายได้ 800-1,000 บาท ต่อครั้งที่จำหน่าย (ราคาต่อแก้ว 40-50 บาท) ดังข้อความจากการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ช่วงปีใหม่คนมาวัด (วัดปากแขง) เยอะ อากาศเย็นแต่ก็มีแดดจ้า คนก็หิวน้ำ เขาซื้อน้ำมะสังโซดา เยอะ เขาลองชิมดูแล้วบอกว่าหวานอมเปรี้ยว ชุ่มคอ ก็ขายได้เพิ่มวันละเกือบ 20 แก้วเฉพาะมะสังนะ ยังไม่กล้าทำเยอะ คนยังไม่ค่อยรู้จัก แต่อันอื่น ๆ คนก็ชอบ แบบขามะนาว ขานม ชาเขียว...” (ผู้ให้ข้อมูล PKSN008, มกราคม 27, 2567)

ในขณะที่ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตร ได้วางแผนผลิตให้มีผลผลิตจำหน่ายในช่วงต่าง ๆ เช่น พืชสวน ครัวตะไคร้ ใบมะกรูด มะนาว พริกสด กระชาย หน่อกล้วย การจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรดังกล่าวสร้างรายได้ 300-500

บาทต่อครั้งที่นำมาจำหน่าย ทั้งนี้ รายได้ของผู้ประกอบการจากกิจกรรมลานวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นประมาณ 2-3 เท่า ในช่วงวันหยุดเทศกาลเนื่องจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมายังวัดปากแขงเพิ่มมากขึ้น ดังตัวอย่างข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ที่แสดงต่อไปนี้

“...ต้นไม้ กระติบข้าว และหวดนึ่งข้าว ตอนที่จัดลานวัฒนธรรม ในช่วงปีใหม่ (พ.ศ. 2567) ขายดีมากครับนักท่องเที่ยวคนไทยคนลาว (สปป. ลาว) มาเยอะ เขาซื้อของกลับไปหลังไหว้พระ ต้นไม้โดยเฉพาะหน่อกล้วย สะระแหน่ หมดเร็วมาก ผมได้เพิ่มขึ้นวันละเกือบ 500-1,000 บาท จากเดิมที่ขายได้ 300-500 บาท...” (ผู้ให้ข้อมูล PKSN002, เมษายน 16, 2567)

การอภิปรายผล

การพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมรูปแบบถนนคนเดินของชุมชนบ้านปากแขงและภาคีเครือข่ายในอำเภอนาตาล จังหวัดอุบลราชธานี โดยเฉพาะคณะสงฆ์วัดปากแขง องค์การบริหารส่วนตำบลพะลาน และหอการค้าอำเภอนาตาล ได้สร้างพื้นที่วัฒนธรรม “ลานวัฒนธรรมท้องถิ่นลุ่มน้ำโขง” หรือ “ลานวัฒนธรรม” เป็นผลผลิตของการพัฒนาถนนคนเดินอำเภอนาตาลในระยะเริ่มต้น (พฤศจิกายน พ.ศ. 2566-กันยายน พ.ศ. 2567) โดยมีกิจกรรมในถนนคนเดินลานวัฒนธรรมเป็นการอนุรักษ์และเผยแพร่ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นของอำเภอนาตาล ทั้งนี้ ชุมชนได้บูรณาการกิจกรรมทางวัฒนธรรมกับกิจกรรมทางธุรกิจซึ่งมีการจำหน่ายสินค้าและบริการวัฒนธรรม การบูรณาการดังกล่าวก่อให้เกิดรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการในลานวัฒนธรรม ข้อมูลจากการวิจัยนี้สนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เกิดจากการนำทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพทางธุรกิจสามารถสร้างรายได้และเศรษฐกิจให้กับชุมชนและระดับประเทศ [15] (Howkins, 2001; [21] เรียงศักดิ์ แก้วเพชร 2566) จากผลการดำเนินการวิจัย พบว่า ความร่วมมือระหว่างชุมชนและภาคีเครือข่ายต่าง ๆ ได้สนับสนุนให้กิจกรรมลานวัฒนธรรมนี้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในห้วงระยะเวลาที่ศึกษาและต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน (ข้อมูลจากการติดตามผลการวิจัย ณ 31 มกราคม พ.ศ. 2568) การสนับสนุนจากคณะสงฆ์วัดปากแขงในการดำเนินกิจกรรมลานวัฒนธรรมได้สนับสนุนองค์ความรู้ในวิถีชีวิตของสังคมไทยที่มีความใกล้ชิดและผูกพันกับสถาบันศาสนาโดยวัดเป็นพื้นฐานของสังคมศาสนาพุทธและเป็นศูนย์รวมใจของคนในชุมชน [22] (ใจ บุญชัยมิ่ง, 2560) ในการศึกษาของ [23] มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และคณะ (2556) ได้รายงานไว้ว่า ความร่วมมือของชุมชนและการบริหารจัดการโดยมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับการขับเคลื่อนถนนคนเดินตลาด 200 ปี ปรามบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำหรับการสร้างเศรษฐกิจของชุมชนและจังหวัด ในทำนองเดียวกัน [24] นฤมล นิมนวล (2565) รายงานว่า การจัดการพื้นที่สาธารณะจำเป็นต้องมีการประสานงานความร่วมมือกับหลายฝ่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมเพื่อลดข้อขัดแย้งหรืออุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในชุมชน เช่น สิทธิ์ของการใช้ที่ดิน หรือ การเข้าถึงกิจกรรมในพื้นที่อย่างอิสระไม่มีการกีดกันระหว่างหน่วยงานหรือชุมชน

กระบวนการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรม ถนนคนเดิน “ลานวัฒนธรรม” ของชาวชุมชนปากแขง อำเภอนาตาล คณะผู้วิจัยสรุปขั้นตอนและรายละเอียดสำคัญของกระบวนการการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนและภาคส่วนต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดที่เสนอโดย [9] Pretty et al. (1995) ดังรายละเอียดและตัวอย่างต่อไปนี้ (1) **การรู้จักตนเองผ่านการทบทวนและเรียนรู้เชิงเปรียบเทียบ** ชาวชุมชนและคณะทำงานได้ทบทวนข้อมูลจากประชุมและจัดกิจกรรมในชุมชนที่เคยจัดขึ้น เช่น งานบุญและวัฒนธรรมของชุมชน การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน พร้อมกับเรียนรู้จากเปรียบเทียบกับถนนคนเดินอื่น ๆ เช่น ถนนคนเดินอำเภอเขมราฐ และอำเภอเชียงคาน เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับวางแผนและปรับการทำงาน (2) **การทำความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อชุมชน** คณะทำงานได้หารือร่วมกับชุมชนและภาคีเครือข่าย ถึงการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบอาจเกิดขึ้น เช่น การเลือกประเภทและจำหน่ายสินค้าในลานวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกันกับสินค้าของผู้ค้าในพื้นที่เดิมในวัดปากแขง ความหลากหลายของสินค้านี้จะช่วยสนับสนุนให้ลูกค้าเข้าพื้นที่และสร้างโอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการเดิมและลานวัฒนธรรม (3) **การสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับชุมชน** การกำหนดกิจกรรมและผู้รับผิดชอบ เช่น

การเสวนาวัฒนธรรม การค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ในชุมชน เช่น ปราชญ์ชุมชน หนังสือตำราในวัดปากแซง การสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การประชุมที่วัด หรือผ่านเครือข่ายออนไลน์ และการประเมินและปรับปรุงผลงาน (4) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการจัดการความรู้ คณะทำงานจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชน ภาควิชาเครือข่าย และผู้มีประสบการณ์ เช่น คณะนางรำจิตอาสาสามวัยใส่ใจสุขภาพ (อำเภอเขมราฐ) ซึ่งมีประสบการณ์ในการจัดการคณะนางรำในถนนคนเดินอำเภอเขมราฐมากกว่า 10 ปี ความรู้ที่เกิดขึ้นได้นำมาประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น การจัดตั้งกองทุนสนับสนุนกิจกรรมลานวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนค่าใช้จ่ายของคณะนางรำบ้านปากแซง อาทิ ค่าชุด ค่าแต่งหน้า (5) การสะท้อนบทเรียนพร้อมกับการนำใช้และต่อยอด คณะทำงานได้ประเมินภายหลังจากเสร็จสิ้นในกิจกรรมลานวัฒนธรรมในแต่ละครั้ง เช่น การรับรู้และเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวและชุมชน ยอดจำหน่ายของผู้ประกอบการ และปรับแนวทางการดำเนินงาน เช่น การย้ายสถานที่จัดเพื่อลดไอรื้อนจากแดดในระหว่างวัน (จากกลางสนามกีฬาบาสเกตบอล เป็น ใต้ต้นไม้ใหญ่) การเพิ่มความถี่ของการจัดงานจากทุก 2 สัปดาห์ เป็นทุกสัปดาห์ เนื่องจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวและชุมชนได้เพิ่มขึ้น

ผลการวิจัยด้านการจัดกิจกรรมลานวัฒนธรรมได้สนับสนุนองค์ความรู้ด้านการส่งเสริมการตลาดที่ต่อเนื่องและสอดคล้องกับความสนใจของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อและท่องเที่ยวซ้ำ ตัวอย่างของการส่งเสริมการตลาดในถนนคนเดิน เช่น การจัดแสดงสินค้าที่หลากหลายการจัดสถานที่สวยงาม การทดลองชิมและใช้ผลิตภัณฑ์ การให้บริการที่ดี การแสดงป้ายราคาที่ชัดเจน [5] (สุพาพา สิริกุลตา และไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์, 2558) หรือ การตรวจคุณภาพของสินค้าอาหารเพื่อความมั่นใจของผู้บริโภค [25] (กฤตยา อุทโธ และคณะ, 2563) นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์สู่สาธารณะผ่านช่องทางที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การถ่ายทอดสด LIVE หรือคลิปวิดีโอสั้นและภาพถ่ายได้ส่งเสริมการรับรู้ในกิจกรรมลานวัฒนธรรมได้ในวงกว้าง ข้อมูลจากการวิจัยดังกล่าวสนับสนุนองค์ความรู้ด้านความสำคัญของการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และมีส่วนร่วมซึ่งส่งผลให้ถนนคนเดินดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง เช่น ถนนคนเดินเขาสก จังหวัดบุรีรัมย์ [3] (ตฤณภัทร เรืองปรัชญากุล และคณะ, 2566) ถนนคนเดินทวารวดีศรีนครปฐม จังหวัดนครปฐม [26] (พัชชา อัครพูน และพลสิทธิ์ ศรีศิริ, 2567) และถนนคนเดินอำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี [4] (บุษบาบุญ โอบอ้อม และคณะ, 2567)

การสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการและชุมชนในพื้นที่เป็นจุดมุ่งหมายด้านการพัฒนาเศรษฐกิจของถนนคนเดินผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้อาศัยในชุมชนบ้านปากแซงและหมู่บ้านใกล้เคียงมีรายได้ทุกครั้งเมื่อมาร่วมจำหน่ายสินค้าในลานวัฒนธรรมรายได้ที่เกิดขึ้นนี้เป็นรายได้ที่เสริมให้กับอาชีพหลัก เช่น การทอผ้าและตัดเย็บ การจำหน่ายกล้วยเตี๋ย การผลิตขนมไทย และเกษตรริมฝั่งแม่น้ำโขง ซึ่งมีความสอดคล้องกับข้อมูลการสร้างรายได้และเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการในถนนคนเดินอื่นๆ [27] (นุชร วงษ์เทราช และศิวัช ศรีโคงกุล, 2562) จากการศึกษาถนนคนเดินในจังหวัดน่าน [28] วีระศิษฐ์ แก้วปอง และทัศนาวลัย อุฑารสกุล (2563) รายงานว่า รายได้จากผู้ประกอบการทั้งในชุมชนและนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งส่งผลต่อความยั่งยืนของกิจกรรมถนนคนเดิน รายได้ที่เกิดขึ้นทำให้กระจายรายได้สู่ผู้จำหน่ายสินค้าและบริการ และเครือข่ายในโซ่คุณค่า ซึ่งผลการศึกษาชุมชนปากแซง อำเภอเนตาตล ชาวชุมชนได้สร้างผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นเพื่อยกระดับทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังตัวอย่างการทำผลิตภัณฑ์มะสังแปรูป พบว่า เมื่อผู้ประกอบการมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จึงได้ซื้อและรวบรวมผลมะสังสดในหมู่บ้านปากแซงและใกล้เคียงเพื่อเป็นวัตถุดิบนำมาทำเป็นเครื่องดื่ม พร้อมกับซื้อแก้วพลาสติก หลอดดูดและน้ำแข็งจากผู้ประกอบการร้านขายของชำในหมู่บ้าน ถึงแม้ว่าการสร้างรายได้จากกิจกรรมลานวัฒนธรรมได้ส่งผลที่ชัดเจนต่อผู้ประกอบการที่ร่วมในกิจกรรม แต่ยังไม่เห็นผลที่ชัดเจนในระดับชุมชน อาจมีสาเหตุจากจำนวนผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นผู้อาศัยในชุมชนมาเข้าร่วมในจำนวนไม่มาก ข้อมูลดังกล่าวนี้สะท้อนให้ทราบถึงความจำเป็นในการสร้างการรับรู้และสนใจให้คนในพื้นที่เข้าร่วมกิจกรรมที่มากขึ้น เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับถนนคนเดินอำเภอเขมราฐ (มีระยะทางห่างจากอำเภอนาตาลประมาณ 30 กิโลเมตร) พบว่า การร่วมกิจกรรมถนนคนเดินของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะจากนอกชุมชนช่วยสนับสนุนธุรกิจอำเภอเขมราฐที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร สถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง อันส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้และสร้างเศรษฐกิจในชุมชน [29] (วรรณศิกา จันทรตรี และศิวัช ศรีโคงกุล, 2560) การร่วมกิจกรรมจาก

ผู้ประกอบการ ชุมชนและภาคีเครือข่ายจึงมีความสำคัญเพื่อผลักดันให้ถนนคนเดิน “ลานวัฒนธรรม” เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวางมากขึ้น ดังนั้นกระบวนการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมรูปแบบถนนคนเดินของอำเภอนาตาลจึงเป็นตัวอย่างสำคัญอีกตัวอย่างหนึ่งในกระบวนการพัฒนาพื้นที่ทางวัฒนธรรมในชุมชนท้องถิ่นที่ชาวชุมชนมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งอันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของชาวชุมชนอำเภอนาตาล

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่นของอำเภอนาตาล พบว่า พื้นที่วัฒนธรรม “ลานวัฒนธรรมท้องถิ่นกลุ่มน้ำโขง” หรือ “ลานวัฒนธรรม” ได้รับการพัฒนาให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมและดำเนินการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2566 ด้วยความร่วมมือและเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนและภาคีเครือข่าย ลานวัฒนธรรมเป็นจุดเริ่มของพื้นที่วัฒนธรรมรูปแบบถนนคนเดินของอำเภอนาตาลซึ่งจะขยายพื้นที่เชื่อมต่อไปยังถนนเลียบริมน้ำโขงจนถึงบริเวณพื้นที่ด้านถาวรบ้านปากแซงต่อไป กิจกรรมในลานวัฒนธรรมได้สร้างการตระหนักรู้และการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้แก่พุทธศาสนิกชนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาวัดปากแซง ตลอดจนสร้างรายได้และโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการและชุมชน ผลการศึกษานี้ได้แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาต่อยอดลานวัฒนธรรมสำหรับการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนด้วยทุนวัฒนธรรม โดยมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาและการดำเนินการวิจัยต่อไป ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วยทุนวัฒนธรรม ดังนี้

- 1) ภาครัฐควรส่งเสริมความรู้และเข้าใจต่อการสร้างเศรษฐกิจชุมชนด้วยทุนวัฒนธรรม หรือทราบโดยทั่วกันในชื่อซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) แก่ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานด้านพัฒนาชุมชน เพื่อสร้างความเข้าใจและร่วมกันนำทุนวัฒนธรรมในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน
- 2) ภาครัฐควรสนับสนุนการสร้างพื้นที่วัฒนธรรมในชุมชนเพื่อเป็นการนำเสนอทุนวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดและ/หรือเทศกาลสำหรับการเข้าถึงของผู้บริโภค พร้อมกับสร้างกิจกรรมให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 3) ภาครัฐควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างพื้นที่วัฒนธรรม เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนพื้นที่วัฒนธรรม อันเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารจัดการพื้นที่วัฒนธรรม โดยเฉพาะการสร้าง ความมั่นคงและอยู่รอดให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่วัฒนธรรม
- 4) ภาครัฐควรสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาด้านการจัดการทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ให้กับชุมชน ภาคประชาชน และหน่วยงานต่าง ๆ ได้รับรู้และเข้าใจในทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นแนวทางในการประยุกต์เพื่อพัฒนาพื้นที่วัฒนธรรมต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) การส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นในวงกว้างเพื่อการเข้าร่วมชุมชนและภาคีเครือข่าย
- 2) การพัฒนาและการจัดการกองทุนสนับสนุนกิจกรรมลานวัฒนธรรม เช่น การจัดการผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการเช่าที่จำหน่ายสินค้าสินค้า
- 3) การพัฒนาเครือข่ายเยาวชนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมลานวัฒนธรรม และสร้างสำนึกวิถีวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นกับเยาวชนเพื่อเชื่อมต่อไปยังครอบครัวและชุมชนต่อไป
- 4) การพัฒนาลานวัฒนธรรมเพื่อให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางธุรกิจและรายได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น จุดกระจายสินค้าวัฒนธรรมและเกษตรอินทรีย์เพื่อสนับสนุนความมั่นคงและอยู่รอดของผู้ประกอบการ
- 5) รูปแบบการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลที่เหมาะสมเพื่อสร้างการรับรู้ การดำเนินกิจกรรมลานวัฒนธรรม

เอกสารอ้างอิง

- [1] ภัชรบถ ฤทธิ์เต็ม, และมานิตย์ โกวฤทธิ์. (2566). การพัฒนาพื้นที่ศิลปะในเมืองและชุมชนของกลุ่มจังหวัดล้านนา. *วารสารพุทธศิลปกรรม*, 6(1), 22-41. <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/barts/article/view/2327>
- [2] ณัฐวิภา สีนสุวรรณ, สุวัฒน์ พื้นผา, จารุณี เจริญรส, เบญญา พัฒนาพิภพ, ยุยง อนุมานราชชน, อนุสรณ์ สาครดี, กิตติพร ชูเกียรติ, อรุษา อุปกิจ, อุกฤษ ฌ สงขลา, และกรกช ใจศักดิ์. (2566). แนวทางการจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างเยาวชนนักร้องวัฒนธรรมท้องถิ่น : บทเรียนจากพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 11(1), 119-133. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jcosci/article/view/264742>
- [3] ตันภัทร เรื่องปรัชญากุล, ปิยฉัตร ล้อมขวการ, และกมลรัฐ อินทรทัศน์. (2566). การสื่อสารอัตลักษณ์และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดนัด ถนนคนเดินเขาระกราว จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 18(1), 85-95. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/RDIBRU/article/view/266664>
- [4] บุษบาบุญ โอบอ้อม, ภูริพัฒน์ ลิ้มจิตรกร, รุ่งศิริกานต์ ฝ่ายดี, กัญญาพร นาหนองตูม, ชีพชนก พงษ์พยุหะ, และกิตติพงษ์ เพียรพิทักษ์. (2567). แนวทางการแก้ไขปัญหาการเข้าใช้พื้นที่ “ถนนคนเดินเขมราฐ” ภายใต้การกำกับดูแลของเทศบาลตำบลเขมราฐ อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี. *Silpakorn University e-Journal (Social Sciences, Humanities, and Arts)*, 44(3), 1-13. <https://doi.org/10.14456/sujthai.2024.17>
- [5] สุพาพา สิริกุลตา, และไพบุลย์ อาษารุ่งโรจน์. (2558). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของโมเดลต้นแบบถนนคนเดินประเทศจีน: กรณีศึกษาเมืองกวางโจว และหางโจว. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 6(1), 124-136. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/6028>
- [6] นันทพงษ์ บุญป้อง, อติชน ทองปน, และ วิชดา ลีวนานนท์ชัย. (2560). การวิเคราะห์ปัจจัยการกำหนดความอยู่รอดของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าในพื้นที่ถนนคนเดินจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 6(12), 10-27. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_ubu/article/view/111595
- [7] ทนทอง จูทาเกตุ, วีระเวทย์ อุทโธ, สมศรี ชัยวณิชยา, กัญญา จิงวิมุตติพันธุ์, สุวภัทร ศรีจงแสง, ชัยวุฒิ กรุดพันธุ์, สิริรัตน์ ขอบขาย, วรารัตน์ บุญแผง, ดุสิต จักรศิลป์, เขมจิรา หนองเป็ด, และกฤตยา อุทโธ. (2568). การเพิ่มความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและศักยภาพในการแข่งขันสำหรับชุมชนทางวัฒนธรรมอำเภอเขมราฐ และอำเภอนาตาล จังหวัดอุบลราชธานี. [รายงานฉบับสมบูรณ์]. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- [8] Cohen, J. M. & Uphoff, N. T. (1981). *Rural development participation: concept and measures for project design implementation and evaluation*. Rural Development Committee Center for International Studies. Cornell University.
- [9] Pretty, J. N., Guijt, I. M., Thompson, J. & Scones, I. (1995). *Participatory action and learning: a trainer's guide*. <https://www.iied.org/6021iied>
- [10] ชิดชนก อนันตมงคลกุล, และกัญญาพัชร พัฒนาโกคินสกุล. (2563). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 15(2), 1-20. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/177702>
- [11] ณัฐภูมิ สุวรรณทิพย์, ทศนาวิ แก้วสนิท, และกรกฎ จำเนียร. (2560). การสื่อสารการตลาดเชิงวัฒนธรรมเพื่อการอนุรักษ์ความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรมตลาดน้ำคลองแดน: ตลาดน้ำสามคลองสองเมืองของจังหวัดสงขลาและจังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 15(2), 77-90. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/stou-sms-pr/article/view/116130>

- [12] ปานณนาถ เกตุโคธิษฐ์, และอัมเรศ เทพมา. (2567). แนวทางบริหารจัดการตลาดท่องเที่ยววัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจังหวัดแพร่. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 20(1), 1-23. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/263316>
- [13] อีราธร ลำเนาครุฑ. (2559). การจัดทำรูปแบบถนนคนเดิน (Model) ตำบลราไวย์ จังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 6(2), 110-135. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jis/article/view/114522>
- [14] รัชพงษ์ ชีवाल, และศดานนท์ วัฒนธรรม. (2564). รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอลงู จังหวัดสตูล. *วารสารอินทนิลทักษิณสาร มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 16(1), 155-176. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/HUSOTSU/article/view/250053>
- [15] Howkins, J. (2001). *The creative economy: how people make money from ideas*. Allen Lane.
- [16] ฐานชน จันทร์เรือง, และภัทรธิดา ผลงาม. (2562). การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านละครและภาพยนตร์จากนิทานพื้นบ้าน บ้านแก่งปลาปาก ตำบลชมเจริญ อำเภอบางคนที จังหวัดเลย. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 27(55), 40-59. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/166876>
- [17] แพรภัทร ยอดแก้ว. 2565. แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้งในจังหวัดนครปฐม. *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 7-8 กรกฎาคม 2565* (Online). 2873-2886.
- [18] Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.), Sage Publications.
- [19] สุภาภรณ์ จันทวานิช. (2553). *การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [20] กฤตยา อุทโย, วีระเวทย์ อุทโย, สายฝน อินทนาม, หทัยพร กัมพวงศ์, และสุธิดา ภาระสันต์. (2565). การพัฒนาเครือข่ายธุรกิจกับธุรกิจในตลาดสดชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนการจำหน่ายผักอินทรีย์. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ*, 3(2), 30-44. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jomt/article/view/255519>
- [21] เรืองศักดิ์ แก้วเพชร. (2566). การจัดการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองในถนนคนเดินเขมราฐ อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารวิชาการธรรมทศน์*, 23(1), 61-72. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/dhammathas/article/view/259962>
- [22] ใจ บุญชัยมิ่ง. (2560). การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาวัดการจัดการสาธารณูปการในจังหวัดพะเยา. *วารสารวิชาการธรรมทศน์*, 17(2), 115-126. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/dhammathas/article/view/87251>
- [23] มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, กอบกาญจน์ ศักดิ์ประเสริฐ, ภาวิณี สะอาดศรี, และวนชัย อุทินทุ. (2556). แนวทางการพัฒนาถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. *Veridian E-Journal SU (กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 6(1), 119-131. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/28347>
- [24] นฤมล นิ่มนวล. (2565). การจัดการพื้นที่สาธารณะในเขตเมืองเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเป็นธรรม: กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, 9(1), 45-58. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/hssnsru/article/view/257428>
- [25] กฤตยา อุทโย, วีระเวทย์ อุทโย, สิริพร แก้วมหายงษ์, พรณิดา หล้าวงษ์, และนิภาพร สีทน. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ค้ารายย่อยในการเข้าร่วมกิจกรรมการจัดวางสินค้าและให้บริการตามแนวคิดตลาดสดปลอดภัย. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ*, 1(1), 23-35. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jomt/article/view/246542>

- [26] พัทธชา อัครพุท, และพลสิทธิ์ ศรีศิริ. (2567). การจัดการผลกระทบการท่องเที่ยวที่มีต่อประชาชนท้องถิ่น กรณีศึกษา ถนนคนเดินทวารวดีศรีนครปฐม (ชุมชนริมคลองวัดพระงาม) ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 10(1), 125-142. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu/article/view/277479>
- [27] นฐกร วงษ์เทราช, และศิวัช ศรีโศกวงกุล. (2562). ความท้าทายของคนในพื้นที่ตำบลเชียงคาน อันเนื่องมาจากการหลั่งไหลเข้ามาของนักท่องเที่ยว. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศน์*, 6(9), 4383-4396. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/223647>
- [28] วีระศิษฐ์ แก้วปอง, และทัศนาวลัย อุทราสกุล. (2563). ปัจจัยทุนทางสิ่งแวดล้อม ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม และทุนทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมถนนคนเดินช่วงเมืงน่าน จังหวัดน่าน. *สิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างวิญญัย*, 19(3), 79–96. <https://doi.org/10.14456/bei.2020.16>
- [29] วรณดิกา จันทรตรี, และศิวัช ศรีโศกวงกุล. (2560). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(1), 116-132. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/article/view/189664

**การพัฒนาชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม
สำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาช่างอุตสาหกรรม**
**Development of a Skill Training Kit for the Power Transmission System
with Engineering-Based Learning for Vocational Certificate Students
in the Industrial Program**

พงษ์ศักดิ์ คำเปลว^{1*}, นำนัน บัวคล้าย², วรวุฒิ กังหัน³, รัตนา พิชิตปรีชา⁴ ชลธิศ ปิติภูมิสุขสันต์⁵, และเมธา อึ้งทอง⁶
Pongsak Komplew^{1*}, Nannam Buaklay², Worawut Kunghun³, Rattana Pichitpreecha⁴,
Chonlathit Pitipoomsuksan⁵, and Metha Oungthong⁶

^{1*, 2, 3, 6} คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

^{1*, 2, 3, 6} Faculty of Technical Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok, Thailand

⁴ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

⁴ Faculty of Technical Education, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok, Thailand

⁵ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

⁵ Faculty of Industrial Education, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Bangkok, Thailand

Received: March 24, 2025 Revised: July 8, 2025 Accepted: July 14, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอนวิชาการระบบส่งกำลัง 2) พัฒนาและหาประสิทธิภาพชุดฝึกทักษะร่วมกับการเรียนรู้ตามหลักวิศวกรรมระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง และ 3) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียนด้วยชุดฝึกทักษะที่พัฒนาขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 25 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ 1) แบบบันทึกสภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอน 2) ชุดฝึกทักษะ 3) แบบประเมินความเหมาะสม มีค่าความตรงเชิงเนื้อหาตั้งแต่ 0.60-1.00 และ 4) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน มีค่าความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60-1.00 ค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.42-0.62 ค่าความยาก 0.45-0.77 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.78 การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การวิเคราะห์เนื้อหา ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบค่าที ผลการวิจัย พบว่า นักเรียนขาดความเข้าใจเรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองในชุดหัวเครื่องกลึง เนื่องจากไม่สามารถศึกษาจากของจริงได้ง่าย และการสอนส่วนใหญ่เน้นบรรยายหรือใช้สื่อพื้นฐาน เช่น เอกสารหรือ PowerPoint ที่ไม่แสดงรายละเอียดการทำงานของเฟืองอย่างลึกซึ้ง ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมด้านความรู้ ความเหมาะสมของชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.69) ประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 และผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังการใช้ชุดฝึกทักษะสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ชุดฝึกทักษะ ระบบส่งกำลัง การเรียนรู้เชิงวิศวกรรม ช่างอุตสาหกรรม

*Corresponding author. Tel.: 061 663 6662

Email address: pongsak.komplew@gmail.com

Abstract

The objectives of this research were to: 1) investigate current issues in teaching and learning the subject of Power Transmission Systems; 2) develop and evaluate the effectiveness of a skill training set integrated with engineering-based learning focused on the gear transmission system of a lathe headstock; and 3) compare learning outcomes before and after using the developed training set. The sample group consisted of 25 vocational certificate students selected through cluster sampling. The research instruments were a classroom observation record to identify instructional problems, the developed skill training set, an appropriateness assessment form with Content Validity Indices (CVI) ranging from 0.60 to 1.00, and an achievement test with content validity between 0.60 and 1.00, discrimination indices between 0.42 and 0.62, difficulty indices between 0.45 and 0.77, and an overall reliability of 0.78. Data were analyzed using content analysis, mean, standard deviation, and t-tests. The results of this study revealed that students initially lacked an understanding of the power transmission system of a lathe headstock due to limited access to physical equipment and a reliance on traditional lecture-based methods. Standard media, such as documents and PowerPoint, failed to adequately illustrate the detailed mechanics of the gear system, resulting in learning outcomes that fell below cognitive behavioral objectives. In addition, the developed skill training set was rated as highly appropriate ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.69). Its instructional effectiveness exceeded the 80/80 criterion. Post-intervention achievement scores were significantly higher than the 80% benchmark at the 0.05 level of statistical significance, indicating that the training set effectively enhanced student performance.

Keywords: Skill Training Kit, Power Transmission System, Engineering-Based Learning, Industrial Technician

บทนำ

การส่งกำลังเป็นกระบวนการสำคัญในงานกลึงที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายเทพลังงานจากแหล่งกำเนิดไปยังอุปกรณ์ทำงาน เช่น หัวจับชิ้นงานหรือเครื่องมือตัด เพื่อให้การทำงานของเครื่องกลึงมีความแม่นยำและประสิทธิภาพสูงสุด ระบบส่งกำลังของเฟืองในชุดหัวเครื่องกลึงเป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความเร็วรอบและแรงบิดที่เหมาะสมกับลักษณะงาน การศึกษากระบวนการส่งกำลังจึงมีความจำเป็นสำหรับนักเรียนในสายงานอุตสาหกรรม เนื่องจากช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเชิงลึกในระบบเครื่องจักรกล รวมถึงการออกแบบและปรับปรุงระบบให้มีความเหมาะสมตามลักษณะการใช้งาน [1] (กันยารัตน์ พูลเพียร 2563)

การจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม (Engineering Education) มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะเชิงปฏิบัติและความคิดเชิงวิเคราะห์ผ่านกระบวนการแก้ปัญหาและการออกแบบวิศวกรรม การเรียนรู้ลักษณะนี้ช่วยให้นักเรียนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทางทฤษฎีร่วมกับการฝึกปฏิบัติจริง เพื่อพัฒนาทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการในอุตสาหกรรมยุคปัจจุบัน [2] (Litzinger et al., 2011) การบูรณาการการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมในชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังของเฟืองหัวเครื่องกลึง จึงเป็นแนวทางที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งในระบบเครื่องจักรกล พร้อมทั้งเตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวต่อความซับซ้อนของเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ [3] ณรงค์ เครือกันทา และจันทร์ขาว สายแปลง 2566) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาบทเรียนบนเว็บ โดยใช้การเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐาน เรื่องกระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรมสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีปีที่ 1 หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต พบว่า

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่า นักศึกษากลุ่มควบคุมที่เรียนด้วยวิธีการสอนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ [4] (ชัชรินทร์ เลิศยศดินทร์ และคณะ 2563) ได้ศึกษาเรื่องการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาการคำนวณโดยใช้กระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรมร่วมกับการจำลองสถานการณ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาสำหรับนักเรียนเตรียมทหาร ผลการวิจัย พบว่า ผลการประเมินรอบสุดท้ายอยู่ในระดับดีมาก และผลการประเมินความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด

ชุดฝึกทักษะเป็นสื่อการเรียนรู้ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยเฉพาะในสายวิชาช่างอุตสาหกรรม ซึ่งเน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง ชุดฝึกทักษะที่ออกแบบอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในเนื้อหาที่ซับซ้อน ลดช่องว่างระหว่างทฤษฎีกับการปฏิบัติ และกระตุ้นการเรียนรู้แบบลงมือทำ (hands-on learning) ซึ่งส่งผลดีต่อการพัฒนาความรู้และทักษะในระยะยาว [5] (Kolb & Kolb 2005) การพัฒนาชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงจึงเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความชำนาญในระบบส่งกำลังของเครื่องจักร พร้อมทั้งพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนให้ตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมในยุคปัจจุบัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ [6] (ธนภัทร ศรีรัตน์ และคณะ 2567) ศึกษาเรื่องการพัฒนาชุดฝึกทักษะงานวัดละเอียด เรื่อง ไมโครมิเตอร์วัดนอกสำหรับนักศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 26.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ [7] (ประทีป พรหมสินอง และคณะ 2567) ศึกษาเรื่องการสร้างและหาประสิทธิภาพชุดฝึกปฏิบัติระบบทำความเย็นและปรับอากาศแบบแยกส่วนตามมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ พบว่า ผลการทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติของนักศึกษาที่ผ่านการเรียนรู้โดยใช้ชุดฝึกปฏิบัติระบบทำความเย็นและปรับอากาศแบบแยกส่วนที่สร้างขึ้นคิดเป็นร้อยละ 95.24

แม้ว่าจะมีการศึกษาหลายชิ้นที่กล่าวถึงการพัฒนาชุดฝึกทักษะในสาขาต่าง ๆ ของวิศวกรรมศึกษา เช่น การออกแบบบทเรียนบนเว็บโดยใช้การเรียนรู้แบบโครงงาน [3] (ณรงค์ เครือกันทา และจันทร์ขาว สายแปลง, 2566) การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาการคำนวณร่วมกับการจำลองสถานการณ์ออนไลน์ [4] (ชัชรินทร์ เลิศยศดินทร์ และคณะ, 2563) และการพัฒนาชุดฝึกทักษะงานวัดละเอียด [6] (ธนภัทร ศรีรัตน์ และคณะ, 2567) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในด้านการพัฒนาชุดฝึกทักษะที่เกี่ยวข้องกับระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงสำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพยังมีอยู่อย่างจำกัด ช่องว่างของงานวิจัยที่สำคัญคือ การขาดแนวทางที่บูรณาการระหว่างทฤษฎีของระบบส่งกำลังกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมที่เน้นการแก้ปัญหาและการปฏิบัติจริงในบริบทของอุตสาหกรรม

การศึกษานี้มีส่วนสำคัญในการพัฒนาชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงที่ออกแบบให้เชื่อมโยงทฤษฎีและการปฏิบัติเข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยแนวคิดของการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมที่ช่วยพัฒนาทักษะเชิงปฏิบัติ ความคิดวิเคราะห์ และความสามารถในการแก้ปัญหาของผู้เรียน การพัฒนาชุดฝึกทักษะนี้ไม่เพียงช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน แต่ยังช่วยเตรียมความพร้อมให้กับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในสาขาช่างอุตสาหกรรมให้สามารถปรับตัวต่อเทคโนโลยีและกระบวนการผลิตที่มีความซับซ้อนในอุตสาหกรรมยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

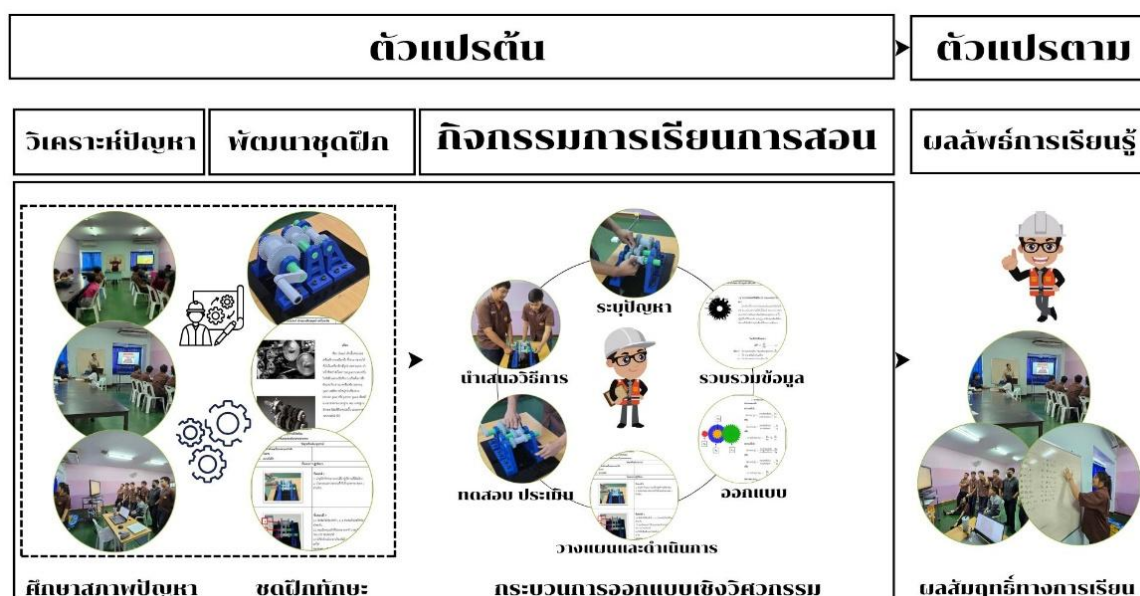
1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอนวิชาการระบบส่งกำลัง สำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพประเภทวิชาช่างอุตสาหกรรม
2. เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง ร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมที่กำหนดไว้ 80/80

3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียนด้วยชุดฝึกทักษะร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดดังนี้ หลักการวิเคราะห์สภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอนตามแนวคิดของ [8] อาริวรรณ ทองสุ และคณะ (2562); [9] กิตติยา มิตติเตลตัน และปราวีณญา สุวรรณณัฐโชติ (2564) และ [10] เนตรนารี ไพโรจน์พิริยะกุล (2564) ได้สรุปแนวทางการศึกษา สภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ ประเด็นการจัดการเรียนการสอน สื่อการสอน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การศึกษาการพัฒนาชุดฝึกทักษะ ตามแนวคิดของ [11] กิตติ เสือแพร และมีชัย โลหะการ (2560) ; [12] พงษ์ศักดิ์ รวมชมรัตน์ (2559) และ [13] นนทโชติ อุดมศรี และคณะ (2565) ระบบส่งกำลังตามแนวคิดของ [14] สกฤษฎ์ หนูสว่าง และคณะ (2566) และ [15] วีรยุทธ หล้าอมรชัยกุล (2564) ได้สรุปองค์ประกอบของชุดฝึกทักษะ ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้ แผนการสอน ใบเนื้อหา แบบฝึกหัด และใบมอบหมายงาน การศึกษาการเรียนรู้ตามกระบวนการเชิงวิศวกรรมตามแนวคิดของ [16] เพียงขวัญ แก้วเรือง และคณะ (2565); [17] กิตติมาภรณ์ สมบัติพล และสุริยา ขาปู้ (2566) และ [18] ลือชา ลดาชาติ และลลภา ลดาชาติ (2561) ได้สรุปองค์ประกอบของการศึกษาการเรียนรู้ตามกระบวนการเชิงวิศวกรรมดังนี้ ระบุปัญหา รวบรวมข้อมูลและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปัญหา ออกแบบวิธีการแก้ปัญหา วางแผนและดำเนินการแก้ปัญหา ทดสอบ ประเมินผลและปรับปรุงแก้ไขวิธีการแก้ปัญหาหรือชิ้นงาน และนำเสนอวิธีการแก้ปัญหา ผลการแก้ปัญหาหรือชิ้นงาน

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ในการพัฒนาชุดฝึกทักษะร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง ผู้วิจัยสามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: พงษ์ศักดิ์ คำเปลว, (2568)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and develpment : R&D) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย และขั้นตอนการวิจัย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนที่เรียนในแผนกวิชาช่างกลโรงงาน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาอุตสาหกรรม สาขาวิชาเครื่องมือกลและซ่อมบำรุง วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี ปีการศึกษา 2/2567 จำนวน 100 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาอุตสาหกรรม สาขาวิชาเครื่องมือกลและซ่อมบำรุง ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาการระบบส่งกำลังเครื่องกล รหัสวิชา 2102-2109 วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี ปีการศึกษา 2/2567 จำนวน 25 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) เป็นจำนวนที่เหมาะสมที่เป็นตัวแทนจากนักเรียน จำนวน 100 คน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ จากประชากรจำนวนเป็นหลักร้อย

2. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรต้น คือ การสอนด้วยชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังร่วมกับการเรียนรู้ตามกระบวนการเชิงวิศวกรรม

2.2 ตัวแปรตาม คือ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียนด้วยชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังร่วมกับการเรียนรู้ตามกระบวนการเชิงวิศวกรรม

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ลักษณะของเฟืองตรง การคำนวณอัตราทดและความเร็วรอบของเฟืองตรงแบบชั้นเดียว และแบบสองชั้น และประเภทของเฟืองตรงที่เหมาะสมกับลักษณะการใช้งาน

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ช่วงเดือนตุลาคม 2566 ถึงเดือนธันวาคม 2567

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอนวิชาการระบบส่งกำลัง มีรายละเอียดดังนี้ แหล่งข้อมูล ได้แก่ บันทึกหลังแผนการสอนวิชา ระบบส่งกำลัง แบบบันทึกผลการเรียนและประเมินผล และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับสภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกสภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง โดยต้องมีคุณสมบัติดังนี้ มีประสบการณ์สอน 10 ปี ขึ้นไป จบปริญญาโทสาขาหลักสูตรและการสอน การจัดการเรียนรู้ และครุศาสตร์เครื่องกล เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม และความถูกต้อง พบว่า ทุกประเด็นมีความเหมาะสมถูกต้อง การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย ได้ศึกษาเอกสารบันทึกหลังแผนการสอน แบบบันทึกผลการเรียนและประเมินผล และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมบันทึกข้อมูลลงในเครื่องมือ ดำเนินการระหว่างวันที่ 1-15 พฤษภาคม 2567 และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง ร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม ประกอบด้วย ขั้นตอนย่อย ดังนี้

ขั้นตอนย่อยที่ 2.1 พัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ โดยศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยตำราที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม มีกระบวนการพัฒนาดังนี้

1) ศึกษาเอกสารงานวิจัย ตำรา

2) กำหนดจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมเรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง ช่วยพัฒนาทักษะเชิงปฏิบัติ ความคิดวิเคราะห์ และความสามารถในการแก้ปัญหาของผู้เรียน

3) สร้างแผนการจัดการเรียนรู้ตามกระบวนการเชิงวิศวกรรม 3.1) แผนการสอน 3.2) ใบเนื้อหา 3.3) แบบฝึกหัด 3.4) ใบมอบหมายงาน

ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน โดยต้องมีคุณสมบัติดังนี้ มีประสบการณ์สอน 10 ปี ขึ้นไป จบปริญญาโทสาขาหลักสูตรและการสอน การจัดการเรียนรู้ และครุศาสตร์เครื่องกล เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม และความถูกต้อง จากการตรวจสอบพบว่าทุกประเด็นมีความเหมาะสมถูกต้อง ดำเนินการระหว่างวันที่ 16-31 พฤษภาคม 2567

ขั้นตอนย่อยที่ 2.2 การพัฒนาชุดฝึกทักษะเรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง ศึกษาจากแหล่งข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 และ ขั้นตอนย่อยที่ 2.1 รวมถึงเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุดฝึกทักษะ โดยมีกระบวนการพัฒนาดังนี้

- 1) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาาระบบส่งกำลัง
- 2) กำหนดขอบเขตข้อจำกัดของการพัฒนาชุดฝึกทักษะ
- 3) รวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาข้อมูลเกี่ยวข้อง เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความ ตำราเอกสาร
- 4) ออกแบบร่างเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการสร้างชุดฝึกทักษะเรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง
- 5) ดำเนินการสร้างชุดฝึกทักษะเรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง ดำเนินการช่วงระหว่างวันที่ 1-15 มิถุนายน 2567

ขั้นตอนย่อยที่ 2.3 พัฒนาแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของชุดฝึกทักษะเรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง มีรายละเอียดดังนี้ ศึกษาจากแหล่งข้อมูลขั้นตอนย่อยที่ 2.1 และขั้นตอนย่อยที่ 2.2 ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพ มีขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษาจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมเรื่องระบบส่งกำลัง ทักษะเชิงปฏิบัติ ความคิดวิเคราะห์ และความสามารถในการแก้ปัญหาของผู้เรียน
- 2) สร้างตารางวิเคราะห์ข้อสอบ ในระดับพฤติกรรมการเรียนรู้ ขั้นเข้าใจ ขั้นการนำไปใช้ ขั้นวิเคราะห์ และขั้นประเมินค่า
- 3) สร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตามตารางวิเคราะห์ข้อสอบ จำนวน 40 ข้อ
- 4) นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน โดยต้องมีคุณสมบัติดังนี้ มีประสบการณ์สอน 10 ปี ขึ้นไป จบปริญญาโทสาขาหลักสูตรและการสอน การจัดการเรียนรู้ และครุศาสตร์เครื่องกล ค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าอยู่ระหว่าง 0.60-1.00
- 5) จัดชุดแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไปทดลองใช้กับนักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน
- 6) นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.42-0.62 ค่าความยาก 0.45-0.77 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.78
- 7) ผู้วิจัยคัดเลือกข้อสอบที่เหมาะสมที่สุดโดยพิจารณาจากค่าอำนาจจำแนกและค่าความยากจาก 40 ข้อ เหลือเพียง 30 ข้อ เพื่อใช้ในการทดลองในครั้งนี้
- 8) จัดชุดแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ดำเนินการช่วงระหว่างวันที่ 16 มิถุนายน ถึง 16 กรกฎาคม 2567

ขั้นตอนย่อยที่ 2.4 ศึกษาความเหมาะสมของชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง โดยเกณฑ์การพิจารณาจากตำแหน่งทางวิชาการ ระดับวิทยฐานะ ครูชำนาญการพิเศษขึ้นไป มีประสบการณ์สอนในสาขาที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป จบปริญญาโทสาขาครุศาสตร์เครื่องกล จำนวน 9 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบประเมินความเหมาะสม ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน โดยต้องมีคุณสมบัติดังนี้ มีประสบการณ์สอน 10 ปีขึ้นไป จบปริญญาโทสาขาหลักสูตรและการสอน การจัดการเรียนรู้ และครุศาสตร์เครื่องกล ค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าอยู่ระหว่าง 0.60-1.00 การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบประเมินความเหมาะสมให้ผู้ทรงคุณวุฒิ โดยการประสานและนัดหมายวันเวลา ดำเนินการช่วงระหว่างวันที่ 16-31 กรกฎาคม 2567 เพื่อจัดส่งทางไปรษณีย์ การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนย่อยที่ 2.5 ศึกษาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม มีรายละเอียดดังนี้ กลุ่มทดลอง นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเรียนเรื่องระบบส่งกำลังผ่านมาแล้ว ทดลองในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 30 คน เป็นไปตามเงื่อนไขของการหาประสิทธิภาพ [19] (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ 2556) โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้ กลุ่มทดลองที่ 1 การทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว (1:1) จำนวน 3 คน กลุ่มทดลองที่ 2 การทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม (1:10) จำนวน 9 คน กลุ่มทดลองที่ 3 การทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม (1:100) จำนวน 25 คน ทุกกลุ่มทดลองจัดแบบความสะดวกความสามารถ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 1) แผนการจัดการเรียนรู้ 2) ชุดฝึกทักษะเรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง และ 3) แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การเก็บรวบรวมข้อมูล ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 ผลการทดลองพบว่า

1) การทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว เท่ากับ 72.20/77.16 ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 ผลการสังเกตการใช้ชุดฝึกทักษะ พบว่าใบงานที่ให้นักเรียนทำมีความซับซ้อนเข้าใจยาก นักเรียนสับสนในข้อมูลส่งผลต่อคะแนนกระบวนการ (E_1) ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และเมื่อสังเกตการทำแบบทดสอบหลักใช้ชุดฝึกพบว่า ข้อคำถามบางข้อไม่ชัดเจนดีความ จึงทำให้นักเรียนเกิดความสับสน ส่งผลต่อคะแนนผลลัพธ์ (E_2) จึงต้องวางแผนดำเนินการปรับปรุงชุดกิจกรรม 2) การทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม เท่ากับ 77.32/78.22 ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 ผลการสังเกตการใช้ชุดฝึกทักษะ พบว่า รายละเอียดรายละเอียดในชุดฝึกทักษะบางฉบับไม่ชัดเจน คำสั่งไม่สมบูรณ์ นักเรียนเกิดข้อสงสัยเป็นบางครั้ง แต่ก็สามารถดำเนินการทดสอบได้ และนำข้อมูลมาวางแผนดำเนินการปรับปรุงชุดกิจกรรม และ 3) การทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม เท่ากับ 84.20/81.80 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 ผลการสังเกตการใช้ชุดฝึกทักษะ พบว่า ชุดฝึกทักษะมีความชัดเจน ใบงานสามารถทำตามขั้นตอนได้อย่างเหมาะสม

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียนด้วยชุดฝึกทักษะ ร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม มีรายละเอียดดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนที่เรียนในแผนกวิชาช่างกลโรงงาน ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาอุตสาหกรรม สาขาเครื่องมือกลและซ่อมบำรุง วิทยาลัยเทคนิคราชบุรีปีการศึกษา 2567 จำนวน 100 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาอุตสาหกรรม สาขาเครื่องมือกลและซ่อมบำรุง ที่ลงทะเบียนเรียนวิชา ระบบส่งกำลังเครื่องมือกล รหัสวิชา 20102-2109 วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี ปีการศึกษา 2567 จำนวน 25 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 1) แผนการจัดการเรียนรู้ 2) ชุดฝึกทักษะเรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง และ 3) แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง แบบ One-Shot Case Study ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 การวิเคราะห์ข้อมูล การทดสอบคะแนนเฉลี่ยเทียบกับเกณฑ์โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test dependent) ดังแสดงในภาพที่ 2 ถึงภาพที่ 3



ภาพที่ 2 การประกอบชุดฝึกทักษะ



ภาพที่ 3 การใช้ชุดฝึกทักษะ

ผลการวิจัย

การพัฒนาชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลัง ร่วมกับการเรียนรู้ตามกระบวนการเชิงวิศวกรรมสำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาช่างอุตสาหกรรม คณะผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัย ตามรายละเอียดดังนี้

1. ผลศึกษาสภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอนวิชาระบบส่งกำลัง ดังแสดงในตารางที่ 1

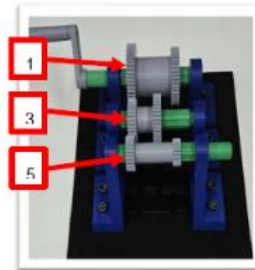
ตารางที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอนวิชาระบบส่งกำลัง

ประเด็น	ผลการศึกษา
การจัดการเรียนการสอน	นักเรียนยังขาดความรู้ด้านระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง เนื่องจากเฟืองของจริงจะประกอบอยู่กับชุดหัวเครื่องกลึง ไม่สามารถนำออกมาศึกษาได้ง่าย และการสอนโดยมากเป็นการบรรยาย
สื่อการสอน	การใช้สื่อการสอน เช่น เอกสาร ตำรา หนังสือ และ PowerPoint ซึ่งแสดงเพียงหลักการของระบบส่งกำลังพื้นฐาน โดยไม่ได้ยึดหลักสื่อของจริงที่สามารถเจาะลึกถึงรายละเอียดการทำงานของชุดเฟืองส่งกำลังได้
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ไม่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม จากเกณฑ์การประเมินผลรายวิชาในด้านความรู้

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอนวิชาระบบส่งกำลัง ด้านการจัดการเรียนการสอนพบว่า นักเรียนยังขาดความรู้ด้านระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง เนื่องจากเฟืองของจริงจะประกอบอยู่กับชุดหัวเครื่องกลึง ไม่สามารถนำออกมาศึกษาได้ง่าย และการสอนโดยมากเป็นการบรรยาย สำหรับด้านสื่อการสอนมีการใช้สื่อการสอน เช่น เอกสาร ตำรา หนังสือ และ PowerPoint ซึ่งแสดงเพียงหลักการของระบบส่งกำลังพื้นฐาน โดยไม่ได้ยึดหลักสื่อของจริงที่สามารถเจาะลึกถึงรายละเอียดการทำงานของชุดเฟืองส่งกำลังได้ และด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนพบว่า นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ไม่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม จากเกณฑ์การประเมินผลรายวิชาในด้านความรู้

2. ผลการพัฒนาชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม ตัวอย่างชุดฝึกทักษะเรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงประกอบด้วย แผนการจัดการเรียนรู้ แผนการสอน ใบเนื้อหา แบบฝึกหัด และใบมอบหมายงาน การใช้ชุดฝึกทักษะนี้ช่วยให้นักเรียนสามารถเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และเข้าใจระบบส่งกำลังได้อย่างลึกซึ้งจากประสบการณ์ตรง โดยเน้นทั้งการคิดวิเคราะห์ และการฝึกปฏิบัติอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้สำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประเภทวิชาช่างอุตสาหกรรม ดังแสดงในภาพที่ 4



	วิชา : ระบบส่งกำลัง		ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล	
	เรื่อง : ระบบส่งกำลังชุดเฟืองหัวเครื่องกล		ใบมอบหมายงาน	1 / 3
คำสั่ง - ให้นักเรียนศึกษาขั้นตอนการปฏิบัติงานจนเข้าใจ - เตรียมเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อม - ปฏิบัติงานตามขั้นตอนของใบมอบหมายงาน				
วัสดุ/เครื่องมือ/อุปกรณ์				
- ชุดฝึกทักษะเรื่องระบบส่งกำลัง - ใบงาน - แบบบันทึก				
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน				
			ขั้นตอนที่ 1 - นำชุดฝึกทักษะมาวางบนโต๊ะปฏิบัติงานที่มีผิวเรียบ - นำเซนหมุนมาประกอบเข้ากับค้ำตามเพลานหมายเลข 1 ด้านซ้าย	
			ขั้นตอนที่ 2 - จัดเรียงให้เฟืองตัวที่ 1, 3, 5 เรียงต่อกันโดยให้เฟืองทั้ง 3 ตัวขบกัน - หมุนมือหมุนแล้วให้รอบของเฟืองที่ 1 หมุนให้ได้ความเร็วรอบ 100 รอบต่อนาที - ให้นักเรียนสังเกตว่าเฟืองตัวที่ 3 และ 5 มีความเร็วรอบเท่าใด หมายเหตุ เฟืองตัวที่ 1 มีจำนวนฟันเฟือง 56 เฟืองตัวที่ 3 มีจำนวนฟันเฟือง 35 เฟืองตัวที่ 5 มีจำนวนฟันเฟือง 28	

ภาพที่ 4 ตัวอย่างชุดฝึกทักษะเรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกล

3. ผลศึกษาความเหมาะสมของชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญต่อชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม ภาพรวม (n = 9)

รายการ	ผลการประเมิน		ระดับความเหมาะสม
	$\bar{X}$	S.D.	
1. สารสำคัญของเนื้อหา	4.85	0.36	มากที่สุด
2. จุดประสงค์การเรียนรู้	4.78	0.44	มากที่สุด
3. จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม	4.75	0.56	มากที่สุด
4. เนื้อหาสาระ	4.56	0.78	มากที่สุด
5. กิจกรรมการเรียนรู้	4.72	0.49	มากที่สุด
6. การวัดและประเมินผลการเรียนการสอน	4.40	1.00	มาก
7. ใบเนื้อหา	4.64	0.60	มากที่สุด
8. ใบมอบหมายงาน	4.46	1.00	มาก

รายการ	ผลการประเมิน		ระดับความเหมาะสม
	$\bar{X}$	S.D.	
9. เอกสารประกอบการสอน	4.56	0.67	มากที่สุด
10. คู่มือครู	4.80	0.42	มากที่สุด
11. บันทึกหลังสอน	4.67	0.70	มากที่สุด
รวม	4.65	0.69	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการศึกษาความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญต่อชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมโดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สารสำคัญของเนื้อหา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.36) รองลงมา คือ คู่มือครู มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.42) และจุดประสงค์การเรียนรู้ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.44) ตามลำดับ อย่างไรก็ตามการวัดและประเมินผลการเรียนการสอน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับต่ำที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 1.00)

4. ผลการศึกษาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง ร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง ร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม

คะแนน	จำนวนนักเรียน	คะแนน		%	เกณฑ์ที่กำหนด
		คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย		
กระบวนการ (E_1)	25	20	16.84	84.20	80
ผลลัพธ์ (E_2)	25	40	32.72	81.80	80

จากตารางที่ 3 พบว่า ประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง ร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม ของกระบวนการ (E_1) มีค่าเท่ากับ 84.20 ประสิทธิภาพของผลลัพธ์ (E_2) มีค่าเท่ากับ 81.80 ประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 80/80

5. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังการใช้ชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง ร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังการใช้ชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน	n	$\bar{X}$	S.D.	t*	df	P-Value
	25	81.80	2.67	3.37*	24	0.00

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังการใช้ชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม จำนวน 25 คน หลังจากเรียนด้วยชุดฝึกทักษะ โดยคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 81.80 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.67) ซึ่งสูงกว่าค่ามาตรฐาน 80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t^* = 3.37$, $df = 24$, $p = 0.00$) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่าการเรียนรู้ด้วยชุดฝึกทักษะนี้ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาอย่างชัดเจน.

การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมของนักเรียนช่างอุตสาหกรรม สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอนวิชาระบบส่งกำลังสะท้อนให้เห็นปัญหาใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ 1) การจัดการเรียนการสอน 2) สื่อการสอน และ 3) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ในด้านการจัดการเรียนการสอน พบว่านักเรียนขาดความรู้ด้านระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง เนื่องจากข้อจำกัดทางกายภาพที่เฟืองต้องประกอบอยู่ในชุดหัวเครื่องกลึง ไม่สามารถถอดแยกออกมาศึกษาได้โดยง่าย ทำให้นักเรียนไม่สามารถสังเกตกลไกการทำงานจริงได้ ปัญหานี้ส่งผลโดยตรงต่อความเข้าใจในระบบส่งกำลัง โดยเฉพาะในสาขาช่างอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงและการปฏิบัติจริง วิธีการสอนที่เน้นการบรรยายเป็นหลักยังเป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้ในรายวิชาที่ต้องอาศัยทักษะปฏิบัติ เนื่องจากการบรรยายเพียงอย่างเดียวไม่สามารถถ่ายทอดความรู้เชิงปฏิบัติและประสบการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้นักเรียนไม่สามารถเชื่อมโยงทฤษฎีกับการปฏิบัติได้ ด้านสื่อการสอน พบว่าสื่อที่ใช้ไม่ว่าจะเป็นเอกสาร ตำรา หรือ PowerPoint เน้นนำเสนอเพียงหลักการพื้นฐานของระบบส่งกำลัง แต่ขาดการแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดการทำงานที่ซับซ้อนของชุดเฟืองส่งกำลัง ทำให้นักเรียนไม่สามารถเข้าใจกลไกการทำงานอย่างลึกซึ้ง และด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักศึกษาหลังการใช้ชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม พบว่ามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเท่ากับ 81.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.67 เมื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ยมากกว่าเกณฑ์ร้อยละ 80 ของคะแนนเต็มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการศึกษาสภาพปัญหาด้านความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญต่อชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมโดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า โดยภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สาระสำคัญของเนื้อหา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.36) รองลงมา คือ คู่มือครู มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.42) และจุดประสงค์การเรียนรู้ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.44) อาจเนื่องมาจากการพัฒนาชุดฝึกทักษะได้มีการวางแผนและออกแบบอย่างเป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพของเนื้อหาสาระที่ถูกต้อง ทันสมัย และครอบคลุมตามหลักวิชาการด้านระบบส่งกำลัง ทั้งนี้กระบวนการพัฒนาได้ผ่านการศึกษาสภาพปัญหาการเรียนการสอนอย่างละเอียด ทำให้นักเรียนที่พัฒนาขึ้นตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้นจริง คือ การที่นักเรียนไม่สามารถศึกษาระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงได้อย่างชัดเจนเนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่ประกอบอยู่ภายในและไม่สามารถถอดออกมาเพื่อศึกษาได้โดยง่าย และด้านการวัดและประเมินผลการเรียนการสอน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 1.00) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับรายด้านอื่น ๆ ที่อยู่ในระดับมากที่สุด จึงสะท้อนให้เห็นว่า การออกแบบกระบวนการประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เรียนยังมีจุดที่ควรปรับปรุงเพื่อให้เกิดความชัดเจนและครอบคลุมยิ่งขึ้น แม้ชุดฝึกทักษะจะมีแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว แต่การประเมินในเชิงปฏิบัติและพฤติกรรมของผู้เรียนในระหว่างการเรียนรู้ยังขาดรายละเอียดที่หลากหลาย เช่น การประเมินการมีส่วนร่วม ความสามารถในการทำงานกลุ่ม หรือการสะท้อนผลการเรียนรู้

ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [6] ธนภัทร ศรีรัตน และคณะ (2567) ได้พัฒนาชุดฝึกทักษะงานวัดละเอียด เรื่องไมโครมิเตอร์วัดนอก พบว่า นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 26.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ [20] จิรายุทธ วัดแก้ว และคณะ (2567) ได้พัฒนาชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม สำหรับนักศึกษาช่างอุตสาหกรรม ผลการประเมินความเหมาะสมของชุดฝึกอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ผลการศึกษาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม พบว่า ประสิทธิภาพของกระบวนการ (E_1) มีค่าเท่ากับ 84.20 และประสิทธิภาพของผลลัพธ์ (E_2) มีค่าเท่ากับ 81.80 ประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะเรื่องระบบส่งกำลังร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 80/80 ทั้งนี้เนื่องจากจากผู้วิจัยมีกระบวนการศึกษาประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะ การทดลอง 3 ระยะ ประกอบด้วย 1) การทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว 2) การทดสอบประสิทธิภาพแบบกลุ่ม และ 3) การทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม ทำให้ชุดฝึกทักษะมีกระบวนการศึกษาประสิทธิภาพที่ชัดเจนเป็นไปตามหลักทฤษฎีที่ต้องสอดคล้องกับ [19] ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2556) กล่าวว่า การผลิตชุดฝึกทักษะนั้น ก่อนนำไปใช้จริงจะต้องนำชุดฝึกทักษะที่ผลิตขึ้นไปทดสอบ ประสิทธิภาพเพื่อดูว่าชุดฝึกทักษะทำให้ผู้เรียนมีความรู้เพิ่มขึ้นหรือไม่ มีประสิทธิภาพในการช่วยให้กระบวนการเรียน การสอน ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพเพียงใด มีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์หรือไม่และผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนจากชุดฝึกทักษะในระดับใด

4. ผลการเปรียบเทียบทักษะการปฏิบัติงานของนักเรียนที่เรียนด้วยชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลัง ร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม พบว่า นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 81.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.67 เมื่อทดสอบ สมมติฐานการวิจัย พบว่า นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ย มากกว่าเกณฑ์ร้อยละ 80 ของคะแนนเต็มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 3.37$, $df = 24$, $p = 0.0025$) เนื่องจากการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมส่งเสริมให้นักเรียนเกิดทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงระบบ การแก้ปัญหาอย่างเป็นขั้นตอน และการลงมือ ปฏิบัติจริงสอดคล้องกับกระบวนการเรียนรู้จากการทดลองและฝึกฝน ส่งผลให้นักเรียนที่เรียนด้วยชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลัง ร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม มีพัฒนาการด้านทักษะการปฏิบัติงานสูงกว่าเกณฑ์อย่างชัดเจน ทั้งในด้านความเข้าใจเชิงลึก การเชื่อมโยงความรู้กับการใช้งานจริง และความสามารถในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [21] สุรเชษฐ์ อธิณูมาศ และคณะ (2567) ได้พัฒนาชุดฝึกทักษะการเขียนโค้ดเครื่องจักรกลอัตโนมัติ CNC ด้วยการจัดการ เรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐาน พบว่า นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 87.78 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ ร้อยละ 80 ของ คะแนนเต็มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ [22] มนตรี อธิธรรมพิพัฒน์ และคณะ (2566) กล่าวว่า การปฏิรูปการจัดการเรียนการสอนเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ในประเด็นการปรับ หลักสูตร พร้อมกระบวนการจัดการเรียนการสอน และการประเมินเพื่อพัฒนาการเรียนรู้เป็นหลักสูตรฐานสมรรถนะ เน้นให้ ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง จึงจะทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริง

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การพัฒนาชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมของนักเรียนช่าง อุตสาหกรรม ผู้วิจัยขอเสนอ 3 ประเด็น ดังนี้

บทสรุป

1) ศึกษาสภาพปัญหาการจัดการเรียนการสอนวิชาการระบบส่งกำลัง พบว่า ด้านการจัดการเรียนการสอน นักเรียนยัง ขาดความรู้ด้านระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง เนื่องจากเฟืองของจริงจะประกอบอยู่กับชุดหัวเครื่องกลึง ไม่สามารถ นำออกมาศึกษาได้ง่าย และการสอนโดยมากเป็นการบรรยาย ด้านสื่อการสอน การใช้สื่อการสอน เช่น เอกสาร ตำรา หนังสือ

และ PowerPoint ซึ่งแสดงเพียงหลักการของระบบส่งกำลังพื้นฐาน โดยไม่ได้ยึดหลักสื่อของจริงที่สามารถเจาะลึกถึงรายละเอียดการทำงานของชุดเฟืองส่งกำลังได้ และด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พบว่า นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ไม่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม จากเกณฑ์การประเมินผลรายวิชาในด้านความรู้

2) พัฒนาและหาประสิทธิภาพชุดฝึกทักษะร่วมกับการเรียนรู้ตามหลักวิศวกรรมระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง พบว่า ประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง ร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมของกระบวนการ (E_1) มีค่าเท่ากับ 84.20 ประสิทธิภาพของผลลัพธ์ (E_2) มีค่าเท่ากับ 81.80 ประสิทธิภาพของชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 80/80

3) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนที่เรียนด้วยชุดฝึกทักษะร่วมกับการเรียนรู้ตามหลักวิศวกรรมระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึง พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาหลังการใช้ชุดฝึกทักษะ เรื่องระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงร่วมกับการเรียนรู้เชิงวิศวกรรม จำนวน 25 คน มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเท่ากับ 81.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.67 เมื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเฉลี่ยมากกว่าเกณฑ์ร้อยละ 80 ของคะแนนเต็มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1) ครูผู้สอนสามารถนำชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังของเฟืองชุดหัวเครื่องกลึงไปประยุกต์ใช้ในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง โดยการปรับกิจกรรมให้สอดคล้องกับบริบทของผู้เรียน

2) สถานศึกษาควรสนับสนุนการจัดการเรียนการสอนโดยใช้กระบวนการเรียนรู้เชิงวิศวกรรมร่วมกับชุดฝึกทักษะ ในรายวิชาปฏิบัติอื่น ๆ โดยจัดให้มีห้องปฏิบัติการที่มีอุปกรณ์พื้นฐานสำหรับสร้างชุดฝึกทักษะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการวิจัยต่อยอดเพื่อพัฒนาชุดฝึกทักษะระบบส่งกำลังในรูปแบบสื่อเสมือนจริง หรือสื่อการเรียนรู้ที่ผู้เรียนสามารถเห็นการทำงานภายในของระบบส่งกำลังที่ซับซ้อนได้อย่างชัดเจน

2) ควรมีการศึกษาผลการใช้ชุดฝึกทักษะระยะยาว โดยติดตามนักเรียนที่เรียนด้วยชุดฝึกทักษะไปจนถึงการฝึกงาน ในสถานประกอบการจริง เพื่อประเมินว่าความรู้ และทักษะที่ได้รับสามารถถ่ายโอนไปสู่การทำงานจริงได้มากน้อยเพียงใด

3) ควรมีการวางแผนเรื่องเครื่องมือวัดและประเมินผลที่ชัดเจนมีกระบวนการถูกต้องตามหลักวิชาการ เนื่องจากเครื่องมือใช้สำหรับวัดและประเมินผลผู้เรียนเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- [1] กันยารัตน์ พูลเพียร. (2563). การออกแบบอุปกรณ์จัดเศษงานกลึงหน้าแท่นกลึง. *วารสารวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม*, 2(4), 1-9.
- [2] Litzinger, T. A., Lattuca, L. R., Hadgraft, R. G., & Newstetter, W. C. (2011). Engineering education and the development of expertise. *Journal of Engineering Education*, 100(1), 123–150.
<https://doi.org/10.1002/j.2168-9830.2011.tb00006.x>
- [3] ณรงค์ เครือกันทา และจันทร์ขาว สายแปลง. (2566). การพัฒนาบทเรียนบนเว็บโดยการใช้การเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐาน เรื่องกระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรมสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรีปีที่ 1 หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 22(3), 122–132.

- [4] ชัชรินทร์ เลิศยศดินทร์, ปรัชญา ปารมี, และณรงค์ฤทธิ์ นาคเม้า. (2563). การออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ทางวิทยาการคำนวณโดยใช้กระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรมร่วมกับการจำลองสถานการณ์ออนไลน์เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาสำหรับนักเรียนเตรียมทหาร. *วารสารครุศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 48(2), 56-73.
- [5] Kolb, A. Y., & Kolb, D. A. (2005). Learning styles and learning spaces: Enhancing experiential learning in higher education. *Academy of Management Learning & Education*, 4(2), 193–212.
<https://doi.org/10.5465/AMLE.2005.17268566>
- [6] ธนภัทร ศรีรัตนะ, น่านน้ำ บัวคล้าย, และชิตพล มังคลากุล. (2567). การพัฒนาชุดฝึกทักษะงานวัดละเอียด เรื่อง ไมโครมิเตอร์วัดนอก สำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. *Journal of Industrial Education*, 23(1), 54-62.
- [7] ประทีป พรมสิน้อง, ปรีดา เสมา, และศักดิ์สิทธิ์ ชื่นชมนาถ. (2567). การสร้างและหาประสิทธิภาพชุดฝึกปฏิบัติระบบทำความเย็นและปรับอากาศแบบแยกส่วนตามมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ. *วารสารวิชาการครุศาสตร์และวิศวกรรมศึกษา*, 15(1), 29-39.
- [8] อารีวรรณ ทองสุ, พัฒนสุข ชำนินอก, และเสนอ ภิรมจิตร์ผ่อง. (2562). สภาพการจัดการเรียนรู้วิชาวิทยาศาสตร์ที่ส่งเสริมทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 . *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 39(6), 175-186.
- [9] กิตติยา มิตเดิลตัน, และปราวีณยา สุวรรณณัฐโชติ. (2564). สภาพและปัญหาการจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมทักษะการคิดเชิงคำนวณในโรงเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 11(3), 16-32.
- [10] เนตรนารี ไพโรจน์พิริยะกุล. (2564). การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*, 17(1), 17-31.
- [11] กิตติ เสือแพร, และมีชัย โลหะการ. (2560). การพัฒนาชุดฝึกทักษะการเขียนโปรแกรม SCILAB สำหรับนักศึกษาสาขาวิศวกรรมไฟฟ้า. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์*. 9(2), 97-107.
- [12] พงษ์ศักดิ์ รวมชมรัตน์. (2559). การพัฒนาชุดฝึกทักษะวิชาการคิดและการตัดสินใจ เรื่องการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นที่เน้นการบูรณาการ สำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 10(12), 51-70.
- [13] นนทโชติ อุดมศรี, บุญเลิศ วัฒนนภาเกษม, และนิกร สุขชาติ. (2565). การพัฒนาชุดฝึกทักษะการเรียนรู้รายวิชาสถิติวิศวกรรม สำหรับนักศึกษาสาขาวิศวกรรมอุตสาหกรรม. *วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์)*, 7(2), 146-155.
- [14] สกฤษฎ์ หนูสว่าง, คณาพจน์ ยอดมณี, ปฏิพัทธ์ ทวนทอง, และทรงกลด ศรีปรางค์. (2566). การออกแบบและพัฒนาชุดส่งกำลังยานพาหนะไฟฟ้าสมัยใหม่ด้วยระบบฮาร์ดแวร์ในการจำลองวงจร. *Rattanakosin Journal of Science and Technology*, 5(1), 94-107.
- [15] วีระยุทธ หล้าอมรชัยกุล. (2564). การออกแบบระบบทางกลและการวิเคราะห์กัณฑ์น้ำหนักเล็กแบบแกนนอน. *วารสารวิชาการ วิศวกรรมศาสตร์ ม.อบ.*, 14(1), 1-13.
- [16] เพียงขวัญ แก้วเรือง, วิไลลักษณ์ ลังกา, และอรอุมา เจริญสุข. (2565). การศึกษาการคิดเชิงคำนวณและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วิทยาการคำนวณ) เรื่องการใช้เหตุผลเชิงตรรกะในการแก้ปัญหาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ตามกระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรม: การวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วมตัวแปรพหุนาม. *วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์*, 7(2), 65-79.

- [17] กิติมาภรณ์ สมบัติพล, และสุริยา ชาปู้. (2566). การพัฒนาการจัดการเรียนรู้ตามแนวสะเต็มศึกษาด้วยกระบวนการออกแบบเชิงวิศวกรรมที่ส่งเสริมทักษะอาชีพ เรื่องแรงและสมดุลของแรงของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ชั้นปีที่ 1. *วารสารราชพฤกษ์*, 21(1), 42-58.
- [18] ลือชา ลดาชาติ, และลฎาภา ลดาชาติ. (2561). จากการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และการสืบเสาะสู่สะเต็มศึกษาและการออกแบบ. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 20(1), 246-260.
- [19] ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2556). การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอน. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์*, 5(11), 7-20.
- [20] จิรายุทธ วัดแก้ว, วรุฒิ กังหัน, และน่านน้ำ บัวคล้าย. (2567). การพัฒนาชุดฝึกทักษะการลับมีด เพื่อส่งเสริมทักษะการลับมีดกลึง สำหรับนักศึกษาช่างอุตสาหกรรม. *วารสารวิชาการ วิศวกรรมศาสตร์สวนสุนันทา*, 8(1), 64-73.
- [21] สุรเชษฐ์ อรัญนาศ, เมธา อึ้งทอง, และน่านน้ำ บัวคล้าย. (2567). การพัฒนาทักษะการเขียนโค้ดเครื่องจักรกลอัตโนมัติ CNC โดยใช้ชุดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยโครงงานเป็นฐาน สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี. *Technology Vocational Education Journal*, 8(15), 135-149.
- [22] มนตรี อีธรรมพิพัฒน์, ชุตินา ปัญญาพินิจนุกร, และนิตยดี สุขเจริญ. (2566). การออกแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุกเพื่อพัฒนาการคิดขั้นสูง. *Journal of Humanities and Social Sciences, Thonburi University*, 17(3), 86-102.

พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวชาวจีน

Chinese Tourists' Behavior and Factors Influencing Travel Decisions to Phra Nakhon Si Ayutthaya

ชาญเดช เทียนทอง¹, และ วราภรณ์ สืบวงศ์สุวรรณ^{2*}

Chandat Thianthong¹, and Waraporn Suebwongsuwan^{2*}

^{1, 2*} คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา, ประเทศไทย

^{1, 2*} Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University, Phra Nakhon Si Ayutthaya, Thailand

Received: March 24, 2025 Revised: June 18, 2025 Accepted: June 23, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวจีน 2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 150 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม และผลการวิจัยวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านพฤติกรรม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 51–60 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทและเจ้าของธุรกิจ ซึ่งมีรายได้อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง และให้ความสนใจในด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ 2) ด้านความพึงพอใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และการให้บริการของผู้ให้บริการในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง และร้านขายของที่ระลึก โดยการบริการที่เป็นมิตรของพนักงานมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ประสบการณ์เชิงบวก อย่างไรก็ตาม 3) ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง พบว่า ครอบครัวและสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ WeChat และ Xiaohongshu มีอิทธิพลมากที่สุดในการค้นหาข้อมูลและประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว การยกระดับทักษะภาษาและการสื่อสารของผู้ให้บริการ และการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ยอดนิยมของจีนในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ งานวิจัยยังเน้นย้ำถึงความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระยะยาว

คำสำคัญ: พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, คุณภาพการให้บริการ, การตัดสินใจท่องเที่ยว, พระนครศรีอยุธยา

*Corresponding author. Tel.: 088 154 6009

Email address: swaraporn@aru.ac.th

Abstract

This study aimed to: (1) examine the travel behavior of Chinese tourists in Phra Nakhon Si Ayutthaya; (2) explore their satisfaction with the quality of services provided by local service providers; and (3) investigate the factors influencing their travel decisions. This quantitative research targeted 150 Chinese tourists visiting Phra Nakhon Si Ayutthaya, selected through purposive sampling. A questionnaire served as the primary research instrument, and data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research findings revealed that: 1) In terms of travel behavior, the majority of Chinese tourists were female, aged 51–60, held a bachelor's degree, and were employed as company employees or business owners. This demographic reported moderate to high income levels and demonstrated a strong interest in cultural and historical tourism. 2) The overall level of satisfaction with tourism experiences and service quality was high. Tourists expressed significant satisfaction with attractions, accommodations, restaurants, transportation, and souvenir shops, and friendly service from staff which was a key driver of positive experiences. 3) Family recommendations and social media platforms—specifically WeChat and Xiaohongshu—were the most influential factors in the travel information search and decision-making processes. The study recommends enhancing tourism infrastructure, improving the language and communication skills of service providers, and leveraging popular Chinese digital platforms to promote local attractions. Furthermore, it emphasizes the necessity of sustainable tourism management to balance cultural and environmental preservation with long-term industrial growth.

Keywords: Tourist Behavior, Satisfaction, Service Quality, Travel Decision-Making, Phra Nakhon Si Ayutthaya

บทนำ

หลังจากสิ้นสุดภาวะฉุกเฉินของการแพร่ระบาดของโควิด-19 หลายประเทศได้เริ่มฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงผ่อนคลายมาตรการควบคุมการเดินทางระหว่างประเทศ โดยรัฐบาลไทยได้ดำเนินนโยบายเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 พร้อมยกเลิกระบบ Test & Go สำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนครบโดส เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมการท่องเที่ยว [1] (วัชรนันท์ ทองเทพ, 2565) ส่งผลให้ในปีเดียวกัน ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาถึง 10.3 ล้านคน เกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ [2] (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดราชบุรี, 2566) การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นจากสถิติของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งระบุว่าในปี พ.ศ. 2566 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาประเทศไทยกว่า 28 ล้านคน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ ชาวมาเลเซีย (4,563,020 คน) ชาวจีน (3,519,735 คน) และชาวเกาหลีใต้ (1,658,688 คน) [3] (ไทยโพสต์, 2567) อีกทั้งจากข้อมูลของ [4] SCBEIC (2567) ยังระบุว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่ชาวจีนนิยมเดินทางมาเป็นอันดับที่ 1 ซึ่งเห็นได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีนมีอัตราการจองตั๋วเที่ยวบินจากประเทศจีนมายังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยว ที่ได้รับประโยชน์อย่างมากจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวเช่นกัน โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จาก 326,280 คนในปี พ.ศ. 2565 เป็น 1,380,009 คนในปี พ.ศ. 2566 เพิ่มขึ้นกว่า 322.95% นอกจากนี้ อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดยังเพิ่มขึ้นจาก 62.02% ในปี พ.ศ. 2565 เป็น 68.53% ในปี พ.ศ. 2566 [5] (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว พ.ศ. 2566–2570 ได้กำหนดยุทธศาสตร์ส่งเสริมการกระจายการเดินทางและยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เน้นการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่สะท้อนเอกลักษณ์วิถีไทย [6] (กรมการท่องเที่ยว, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ [7] ภาณิดา รักกลิ่น และคณะ (2568) ที่ระบุว่า การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีน ถือว่ามีบทบาทสำคัญมากต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทยเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะประเภทธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร ร้านของฝาก รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังสอดคล้องกับศักยภาพของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่โดดเด่นด้วยโบราณสถาน วิถีชีวิต อาหารไทย และกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การแต่งกายชุดไทย ล่องเรือชมวิว และขี่ช้างชมโบราณสถาน [8] (ญานินท์ ช้างหล้า และภิญญา เมธารมย์, 2567)

ในปี 2568 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนตัดสินใจเดินทางเข้ามาประเทศไทยมากขึ้นนั้นเป็นผลมาจากแรงหนุนจากทางรัฐบาลที่มีมาตรการฟรีวีซ่าแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน และการที่ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่คุ้มค่าแก่การใช้จ่าย กล่าวคือมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่สูงมากเมื่อเทียบกับหลายประเทศ ทำให้ในช่วงวันที่ 1-19 มกราคม 2568 ชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนกว่า 3.5 แสนคน เติบโตประมาณ 14.2% และคาดการณ์ว่าในปี 2568 นักท่องเที่ยวจีนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจะอยู่ที่ประมาณ 7.5 ล้านคน ซึ่งถือว่าเติบโตขึ้น 11.4% จากปี 2567 [9] (ศูนย์วิจัยกลีกรไทย, 2568) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาพร้อมกับความคาดหวัง ทั้งในด้านคุณภาพสถานที่ อาหาร ประสบการณ์ และบริการที่ได้รับ งานวิจัยของ [10] จิตรา ดุษฎีเมธา (2558) ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพการบริการของสถานที่ท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงทักษะการสื่อสารที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความประทับใจและลดอุปสรรคทางภาษา สำหรับจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ความสามารถของผู้ให้บริการในการสื่อสารภาษาต่างประเทศจึงมีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของจังหวัด

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ การศึกษาครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการในพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กระตุ้นการท่องเที่ยวซ้ำ และสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวจีน
2. เพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวจีน

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1.1 ความหมายพฤติกรรม ตามความหมายของ [11] ราชบัณฑิตยสถาน (2554) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกของบุคคลเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการตามแนวคิดของ [12] Cronbach (1972) ได้แก่ ความมุ่งมั่น (Goal) ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลัก

ของพฤติกรรม ความพร้อม (Readiness) ที่สะท้อนถึงระดับความพร้อมทางกาย จิตใจ และอารมณ์ของบุคคลในการตอบสนองต่อพฤติกรรมนั้น สถานการณ์ (Situation) ซึ่งหมายถึงเงื่อนไขหรือโอกาสที่เอื้อให้บุคคลสามารถแสดงพฤติกรรมออกมาได้ การแปลความหมาย (Interpretation) ซึ่งเป็นกระบวนการตีความและพิจารณาข้อมูลก่อนตัดสินใจตอบสนองต่อสิ่งเร้า การตอบสนอง (Response) หรือการกระทำที่เกิดขึ้นหลังจากกระบวนการตีความข้อมูล ผลที่ได้รับ (Consequence) ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรม อาจเป็นไปตามที่คาดหวังหรือแตกต่างออกไป และสุดท้าย ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) ซึ่งเป็นการตอบสนองของบุคคลเมื่อไม่สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่คาดหวัง

1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม จากความหมายของพฤติกรรมสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นต่อบุคคล เช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่หลากหลาย นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ก็จะมุ่งเดินทางไปยังสถานที่ที่เป็นธรรมชาติเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าของตน บางกลุ่มนักท่องเที่ยวชอบสถานที่ที่เป็นชุมชนเมือง วิถีชีวิต ก็จะมุ่งเน้นไปยังสถานที่ท่องเที่ยวภายในเมืองหรือแหล่งชุมชนเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ดังนั้นพฤติกรรมการท่องเที่ยวจึงได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยที่หลากหลาย การที่นักท่องเที่ยวเลือกเที่ยวที่ใดที่หนึ่งนั้นย่อมมีเหตุผลแห่งพฤติกรรม ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ 1. ด้านปัจจัยภายนอก สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ปัจจัยด้วยกันคือ 1) ปัจจัยภายนอกทางด้านวัฒนธรรม 2) ปัจจัยภายนอกด้านสังคม 3) ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ 4) ปัจจัยภายนอกด้านการเมืองการปกครอง และ 5) ปัจจัยภายนอกด้านการตลาด และ 2. ปัจจัยภายใน เช่น ปัจจัยความต้องการ ปัจจัยแรงจูงใจ ปัจจัยการเรียนรู้และเรียนรู้ รวมไปถึงปัจจัยด้านความเชื่อและทัศนคติ อีกทั้งยังรวมถึงปัจจัยทางเพศ อายุ อาชีพ รายได้ หรือการศึกษาด้วย [13] (ศุภลักษณ์ อังคารกูร, 2555)

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะทำให้เราสามารถรับรู้และเข้าใจถึงวิถีการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สามารถนำปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาแก้ไขได้อย่างตรงจุด ซึ่งจะเป็นผลดีต่อภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในด้านการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว การที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนและรับมือกับพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ [14] (ชวลนุช อุทยาน, 2552)

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

2.1 ความหมายความพึงพอใจ ความพึงพอใจเป็นสภาวะทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองต่อความต้องการของตน ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจและความรู้สึกเชิงบวก [15] (พัฒนา พรหมณี และคณะ, 2563) แนวคิดนี้สอดคล้องกับ [16] Kotler & Keller (2012) ที่อธิบายว่าความพึงพอใจเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งที่ตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง และมีความรู้สึกเชิงบวกต่อผลลัพธ์ที่ได้รับ สำหรับนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจเชื่อมโยงกับทฤษฎีความคาดหวัง (Expectation Theory) ซึ่งอธิบายว่าบุคคลจะประเมินความพึงพอใจโดยเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังก่อนการเดินทางกับประสบการณ์ที่ได้รับจริง หากผลลัพธ์ที่ได้รับตรงหรือใกล้เคียงกับความคาดหวัง ก็จะเกิดความพึงพอใจ [17] (McCormick & Barnett, 2008)

2.2 กรอบแนวคิดความพึงพอใจ จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ สามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นผลลัพธ์ของการประเมินความต้องการและประสบการณ์ที่ได้รับ โดยเฉพาะในบริบทการท่องเที่ยวซึ่งต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมหลายด้าน การวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวทางของ [18] เลิศพร ภาระสกุล (2558) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการออกแบบแบบสอบถาม โดยพิจารณาทั้งด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก การขนส่ง ร้านอาหาร และด้านสภาพแวดล้อม เช่น ความสะอาด ความสวยงาม และบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้สามารถวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [19] Qin Shiyang (2023) ที่ระบุถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อส่วนประสมทางการตลาดในการเดินทางมาท่องเที่ยวไว้ทั้งหมด 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

3. แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

3.1 ความหมายการตัดสินใจ การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกทางเลือกที่เหมาะสมจากตัวเลือกที่มีอยู่ โดยมีเงื่อนไขและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจแตกต่างกันไปตามสภาวะทางจิตใจของบุคคลขณะตัดสินใจ [20] (Prempre, 2021) สอดคล้องกับแนวคิดของ [21] กิตติยา ดาวเวียงกัน และลัดดา ปินดา (2563) ที่อธิบายว่าการตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกสิ่งที่ตอบสนองต่อเป้าหมายของแต่ละบุคคล ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ โดยสามารถจำแนกออกเป็นสามองค์ประกอบหลัก ได้แก่ องค์ประกอบด้านบุคคล ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายใน เช่น อายุ เพศ ประสบการณ์ การศึกษา อาชีพ และข้อจำกัดเฉพาะบุคคล องค์ประกอบด้านการจัดการ ซึ่งสะท้อนถึงกระบวนการสื่อสาร วิธีคิด และรูปแบบการตัดสินใจที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล และ องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงปัจจัยภายนอก เช่น สถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจ [22] (อรุณิศา ตันยะเสน, 2556)

3.2 การตัดสินใจในการท่องเที่ยว ในบริบทของการท่องเที่ยว การตัดสินใจเดินทางได้รับอิทธิพลโดยตรงจากปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ซึ่งส่งผลต่อการเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน [23] (Wu & Phrapratanporn, 2024) ทั้งนี้ แนวคิดของ [24] วันวิสา ก้อนนาค (2562) ชี้ให้เห็นว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการสามารถจำแนกออกเป็น ปัจจัยภายใน (Internal Factors) เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษะการรับรู้ และการเรียนรู้ และ ปัจจัยภายนอก (External Factors) ซึ่งรวมถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจ ครอบครัวยุค สังคม และวัฒนธรรมของแต่ละบุคคล และเมื่อศึกษาพฤติกรรมตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ พบว่าอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ก็เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ จากงานวิจัยของ [25] Zhuoli Wang และคณะ (2022) ระบุว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่นิยมใช้แอปพลิเคชัน Xiaohongshu และ Weibo ในการหาข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวและประกอบการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบในการตัดสินใจคือ การตัดสินใจเลือกรับประทานอาหาร เลือกที่พัก รูปแบบการเดินทาง การช้อปปิ้ง รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย และอีกหนึ่งแอปพลิเคชันที่เป็นที่นิยมมากอย่าง TikTok ก็เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเช่นกัน อันเป็นผลมาจากบัญชีผู้ใช้ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาแบ่งปันประสบการณ์และโพสต์เนื้อหาการท่องเที่ยวเป็นภาพหรือวิดีโอสั้น ๆ ที่น่าสนใจ ส่งผลให้เกิดการรับรู้กันในกลุ่มผู้ใช้ Gen Y และ Gen Z ที่ใช้ช่องทาง TikTok เพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนการเดินทางท่องเที่ยว และในบางครั้งก็เป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวเช่นกัน [26] (Qing Zhou et al, 2023)

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ

4.1 ความหมายคุณภาพการบริการ คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การให้บริการที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากประสบการณ์เชิงบวกที่เกิดขึ้นจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และนำไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจบริการในระยะยาว

4.2 โมเดล SERVQUAL เป็นแนวคิดสำคัญที่ใช้ในการวัดและพัฒนาคุณภาพการบริการ โดยประกอบด้วยห้าองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ซึ่งหมายถึงการให้บริการที่ถูกต้องและตรงตามข้อตกลง ความมั่นใจ (Assurance) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความรู้ ความสามารถ และบุคลิกภาพของผู้ให้บริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ การตอบสนอง (Responsiveness) ซึ่งสะท้อนถึงความรวดเร็วและความตั้งใจในการให้บริการ ความเข้าใจ (Empathy) ซึ่งหมายถึงการให้บริการที่คำนึงถึงความต้องการเฉพาะบุคคล และการสัมผัสทางกายภาพ (Tangibles) ซึ่งครอบคลุมสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่ให้บริการและบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ [27] (Parasuraman et al., 1988) การนำแนวคิด SERVQUAL มาใช้ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจความคาดหวังของผู้รับบริการได้ชัดเจนขึ้น และสามารถปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ พบว่าผู้รับบริการมีความต้องการได้รับการบริการที่มีมาตรฐาน ครอบคลุมทั้งด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คุณภาพของพนักงานบริการ และทักษะการจัดการสถานการณ์เฉพาะหน้า โดยเฉพาะในบริบทของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศของผู้ให้บริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ [28] Hwang et al. (2020) ชี้ให้เห็นว่าผู้ให้บริการบางส่วนยังขาดทักษะด้านภาษาต่างประเทศ รวมถึงมีข้อจำกัดด้านคำศัพท์และการออกเสียง ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาในการสื่อสารและความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่สำคัญ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์หรือบริการต่าง ๆ สอดคล้องกับข้อค้นพบของ [29] กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (2557) ที่เน้นย้ำว่าผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวควรมีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศที่เพียงพอ เพื่อให้สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ศึกษาข้อมูลและกระบวนการรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในปี 2567 ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด เนื่องจากไม่พบการรายงานผลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ มีเพียงสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างได้ถูกคัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 150 คน ซึ่งเป็นขนาดที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยเฉพาะในกรณีที่ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ขนาดกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวทางของ Krejcie & Morgan (1970) ที่ระบุว่าหากไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่ชัด การเลือกกลุ่มตัวอย่างขนาดประมาณ 100–200 คน ถือว่าเพียงพอสำหรับการวิจัยเชิงพรรณนา กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาต้องเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ เดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการด้านการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น การเข้าพักในที่พัก ทานอาหารในร้านอาหาร ท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ใช้บริการขนส่งสาธารณะ และซื้อสินค้าของที่ระลึก จึงจำเป็นต้องใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขที่กำหนด

เครื่องมือในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมถึงข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น ความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยและจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รูปแบบการเดินทาง จุดประสงค์ของการท่องเที่ยว และสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งประเมินใน 6 ด้าน ได้แก่ 1) สถานที่ท่องเที่ยว 2) ที่พักและโรงแรม 3) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม 4) การบริการขนส่งสาธารณะ 5) ร้านขายของที่ระลึก และ 6) ความพึงพอใจโดยรวม แบบสอบถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามหลักลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยระดับที่ 1 หมายถึงความพึงพอใจในระดับต่ำสุด และระดับที่ 5 หมายถึงความพึงพอใจในระดับสูงสุด

ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งผลการตรวจสอบพบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC เท่ากับ 1 จึงสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยดังกล่าวให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน คัดชั้นความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC) ซึ่งหลังจากการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่าข้อคำถามในแต่ละข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1 ทุกข้อ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการนำแบบสอบถามดังกล่าวไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย คือนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เช่น บริเวณวัดมหาธาตุ วัดราชบูรณะ วัดพระศรีสรรเพชญ์ วัดราชโอรส และวัดพระราม เป็นต้น โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 150 คน ซึ่งแบบสอบถามมี 2 ฉบับ คือ ฉบับภาษาจีน และ ฉบับภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นตัวเลือกให้กับกลุ่มตัวอย่างได้เลือกตามความสะดวก โดยได้รับแบบสอบถามครบถ้วน คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 100 หลังจากนั้นนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้รับถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

1. ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะถูกนำเสนอผ่านตารางและ1การอธิบายเชิงพรรณนา และอธิบายเชิงวิเคราะห์เพื่อเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และในการแปลความหมายข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย จะต้องกำหนดเกณฑ์ในการแปลผล ซึ่งโดยทั่วไปนิยมกำหนดเกณฑ์ ดังนี้ [30] (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, หน้า 102 – 103)

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุดกำหนด

ผลการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำนวจความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการ และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งทำการสำรวจจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 150 คน โดยใช้แบบสอบถาม พบผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวจำนวน 150 คนเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามมีความหลากหลายทั้งในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประสบการณ์ในการเดินทาง โดยเพศหญิงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ขณะที่เพศชายมีจำนวน 68 คน หรือร้อยละ 45.30 และเพศอื่น ๆ อีก 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 ในส่วนของช่วงอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 21-30 ปี จำนวน 31 คน หรือร้อยละ 20.70 กลุ่มอายุ 31-40 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 และกลุ่มอายุที่มีมากกว่า 60 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ส่วนกลุ่มอายุ 41-50 ปีมีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 และกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 ด้านระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 73.30 ในขณะที่กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวนเท่ากัน คือ 20 คน หรือร้อยละ 13.30 เมื่อพิจารณาอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มพนักงานบริษัทและลูกจ้างเป็นกลุ่มหลัก จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาคือเจ้าของธุรกิจ จำนวน 36 คน หรือร้อยละ 24 กลุ่มนักเรียนและนักศึกษามีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20

ขณะที่กลุ่มอาชีพอิสระมีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 ส่วนกลุ่มข้าราชการมีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 และกลุ่มอื่น ๆ อีก 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ในด้านรายได้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 - 20,000 หยวน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000 หยวน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 36.70 กลุ่มที่มีรายได้ 5,001 - 10,000 หยวน มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 และกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 หยวน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.70

สำหรับประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทย ส่วนใหญ่เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 44.70 ขณะที่กลุ่มที่มาเพียงครั้งแรกมีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 กลุ่มที่มา 4-5 ครั้ง มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และกลุ่มที่เคยมาแล้วมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.70 และระยะเวลาการพำนักในประเทศไทย ส่วนใหญ่มีระยะเวลา 1-2 สัปดาห์ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 51.30 รองลงมาคือ กลุ่มที่พำนักน้อยกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30 กลุ่มที่พำนัก 2-3 สัปดาห์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และกลุ่มที่พำนักมากกว่า 3 สัปดาห์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70

ในส่วนของประสบการณ์ในการมาเยือนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าส่วนใหญ่มาเยือนเป็นครั้งแรก จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 67.30 รองลงมาคือ กลุ่มที่มาเยือน 2-3 ครั้ง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70 ขณะที่กลุ่มที่มา 4-5 ครั้งและมากกว่า 5 ครั้งมีจำนวนเท่ากัน คือ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ส่วนระยะเวลาการพำนักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เลือกพัก 2-3 วัน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 56 ขณะที่กลุ่มที่เดินทางมาแบบเช้าเย็นกลับหรือพักเพียง 1 วัน มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36 กลุ่มที่พัก 4-5 วัน มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 และกลุ่มที่พักมากกว่า 5 วัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 สำหรับรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมาคือ การเดินทางกับคณะทัวร์ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.70 และการเดินทางกับเพื่อน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 ขณะที่การเดินทางกับคู่รักมีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 และการเดินทางคนเดียวมีเพียง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70

2. ความพึงพอใจต่อศักยภาพการท่องเที่ยว

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวจำนวน 150 คน เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อศักยภาพการท่องเที่ยว ซึ่งสำรวจความพึงพอใจทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ 1) สถานที่ท่องเที่ยว 2) ที่พักและโรงแรม 3) ร้านอาหารและเครื่องดื่ม 4) การบริการขนส่งสาธารณะ 5) ร้านขายของที่ระลึก และ 6) ความพึงพอใจโดยรวม โดยแบบสอบถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามหลักลิเคิร์ทสเกล (Likert Scale) พบผลการศึกษาดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D.	ความหมาย
1. สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความหลากหลายน่าสนใจ	3.61	1.12	มาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีป้ายแสดงข้อมูลหรือบอกทางชัดเจน เข้าถึงสะดวก	3.82	1.01	มาก
3. ความสะอาดและการดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยว	3.91	0.99	มาก
4. ราคาค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	3.96	1.07	มาก
5. เจ้าหน้าที่หรือพนักงานให้บริการด้านการท่องเที่ยว มีการให้บริการที่ดีเป็นมิตร และสามารถสื่อสารให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้	4.25	1.24	มาก
รวม	3.91	1.09	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 3.91 (S.D. = 1.09) ซึ่งอยู่ในระดับ "มาก" โดยปัจจัยที่ได้รับคะแนนสูงสุดคือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 1.24) ขณะที่ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าสนใจ ได้คะแนนต่ำที่สุด ($\bar{X}$ = 3.61, S.D. = 1.12)

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านที่พักและโรงแรม

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ความหมาย
6. ที่พักมีความหลากหลาย บรรยากาศโดยรอบดี น่าพัก	3.66	0.92	มาก
7. ที่พักตั้งอยู่ในทำเลที่เข้าถึงสะดวก ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	3.93	1.05	มาก
8. ที่พักมีความสะอาด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	4.03	1.07	มาก
9. ราคาที่พักมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพ	3.93	1.07	มาก
10. พนักงานโรงแรมมีการให้บริการที่ดี เป็นมิตร และสุภาพ	4.14	1.13	มาก
รวม	3.94	1.05	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 3.94 (S.D. = 1.05) อยู่ในระดับ "มาก" โดยพนักงานให้บริการได้รับคะแนนสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.14, S.D. = 1.13) ขณะที่ความหลากหลายของที่พักได้คะแนนต่ำสุด ($\bar{X}$ = 3.66, S.D. = 0.92)

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ความหมาย
11. คุณภาพและรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มดี	4.10	1.12	มาก
12. อาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย น่าสนใจ	4.04	1.19	มาก
13. ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะอนามัย	3.78	0.89	มาก
14. ราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	3.65	0.89	มาก
15. พนักงานร้านอาหารและเครื่องดื่มให้บริการดี เป็นมิตร และสุภาพ	4.03	1.02	มาก
รวม	3.92	1.02	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 3.92 (S.D. = 1.02) ซึ่งอยู่ในระดับ "มาก" โดยคุณภาพและรสชาติของอาหารได้รับคะแนนสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = 1.12) ส่วนราคาของอาหารและเครื่องดื่มได้คะแนนต่ำสุด ($\bar{X}$ = 3.65, S.D. = 0.89)

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านการบริการขนส่งสาธารณะ

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ความหมาย
16. ความสะดวกในการเข้าถึงและความตรงต่อเวลาของระบบขนส่ง	3.57	0.83	มาก
17. ขนส่งสาธารณะมีตัวเลือกที่หลากหลาย	3.77	0.93	มาก
18. ความปลอดภัยในการใช้บริการขนส่ง	3.49	1.11	ปานกลาง
19. ราคาค่าโดยสารมีความเหมาะสม	3.46	0.72	ปานกลาง
20. คนขับรถหรือพนักงานมีการบริการที่ดี เป็นมิตร และสุภาพ	3.72	0.89	มาก
รวม	3.60	0.90	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนพึงพอใจเฉลี่ย 3.60 (S.D. = 0.90) อยู่ในระดับ "มาก" โดยปัจจัยด้านตัวเลือกขนส่งที่หลากหลายได้คะแนนสูงสุด ($\bar{X}$ = 3.77, S.D. = 0.93) ขณะที่ราคาค่าโดยสารได้คะแนนต่ำสุด ($\bar{X}$ = 3.46, S.D. = 0.72) และอยู่ในระดับ "ปานกลาง"

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านร้านขายของที่ระลึก

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ความหมาย
21. สินค้าที่ระลึกมีความหลากหลาย น่าสนใจ	3.79	1.01	มาก
22. สินค้าที่ระลึกมีคุณภาพดี	3.77	1.02	มาก
23. มีป้ายให้ข้อมูลแนะนำและราคาสินค้าชัดเจน	3.62	0.94	มาก
24. ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้า	3.73	0.82	มาก
25. เจ้าของร้านหรือพนักงานมีการให้บริการที่ดี เป็นมิตร และสุภาพ	3.89	0.93	มาก
รวม	3.76	0.94	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า คะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 (S.D. = 0.94) ในระดับ "มาก" โดยการให้บริการของพนักงานได้รับคะแนนสูงสุด ($\bar{X}$ = 3.89, S.D. = 0.93) ส่วนป้ายข้อมูลและราคาสินค้าได้คะแนนต่ำสุด ($\bar{X}$ = 3.62, S.D. = 0.94)

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการโดยรวม

ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	S.D.	ความหมาย
26. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของผู้ให้บริการ เช่น เจ้าหน้าที่/พนักงาน/เจ้าของร้าน/คนขับรถสาธารณะ	4.41	1.39	มาก
27. ความพึงพอใจโดยรวมต่อทักษะการสื่อสารของผู้ให้บริการ เจ้าหน้าที่/พนักงาน/เจ้าของร้าน/คนขับรถสาธารณะ	4.31	1.30	มาก
28. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการทำกิจกรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	4.33	1.27	มาก
29. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	4.53	1.45	มากที่สุด
รวม	4.40	1.35	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนพึงพอใจโดยรวมอยู่ที่ 4.40 (S.D. = 1.35) ในระดับ "มาก" โดยความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้รับคะแนนสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.53, S.D. = 1.45) ซึ่งอยู่ในระดับ "มากที่สุด" ในขณะที่ทักษะการสื่อสารของผู้ให้บริการได้คะแนนต่ำสุด ($\bar{X}$ = 4.31, S.D. = 1.30)

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าโดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับสูงต่อศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่และพนักงาน อย่างไรก็ตาม มีปัจจัยที่สามารถปรับปรุงเพิ่มเติมได้ เช่น ราคาค่าบริการขนส่งและอาหาร รวมถึงความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลสินค้าในร้านของที่ระลึก

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว

จากการสำรวจนักท่องเที่ยวจำนวน 150 คนเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามหลักลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) พบผลการศึกษาดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7 จุดประสงค์หลักของการมาเยือนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เยี่ยมชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์	80	53.30
ทำกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม (ล่องเรือ ชี่ช้าง ฯลฯ)	31	20.70
รับประทานอาหารท้องถิ่น	25	16.70
พักในที่พักแบบพื้นถิ่น (โฮมสเตย์, อาคารทรงไทย)	14	9.30
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจุดประสงค์การท่องเที่ยวในรูปแบบชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 แสดงให้เห็นว่าเสน่ห์ของอยุธยาในฐานะเมืองมรดกโลก ยังคงดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือการทำกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม เช่น ล่องเรือ ชี่ช้าง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.70 และการรับประทานอาหารท้องถิ่น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 ในขณะที่การเลือกพักในที่พักแบบพื้นถิ่น เช่น โฮมสเตย์หรืออาคารทรงไทย มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 แม้จะไม่ได้เป็นจุดประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ แต่ก็สะท้อนถึงแนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประสบการณ์แบบ "local experience"

ตารางที่ 8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ครอบครัว	50	33.30
สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)	40	26.70
ตัดสินใจด้วยตนเอง	20	13.30
เพื่อน	15	10.00
สื่อโทรทัศน์ เว็บไซต์ คู่มือท่องเที่ยว วารสาร ป้ายโฆษณา	25	16.70
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง พบว่าครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญมากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาคือสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลที่ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลหลักในการวางแผนท่องเที่ยว ขณะที่การตัดสินใจด้วยตนเองมีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และการได้รับคำแนะนำจากเพื่อน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10 แสดงถึงความหลากหลายของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้สื่อโทรทัศน์ เว็บไซต์ คู่มือการเดินทาง วารสาร และป้ายโฆษณา ยังมีบทบาทอยู่ในระดับ ร้อยละ 16.70 ซึ่งบ่งชี้ว่าแม้จะมีการแข่งขันกับสื่อใหม่ แต่ก็ยังคงมีผู้ใช้งานอยู่ในระดับที่น่าพิจารณา

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมายังจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและอยู่ในช่วงวัยกลางคนถึงผู้สูงอายุ โดยเฉพาะกลุ่มอายุ 51-60 ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [31] Li et al. (2018) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงวัยมีแนวโน้มให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์มากกว่านักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาว ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ [32] Packer & Ballantyne (2016) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้มีการศึกษาสูงมักให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางปัญญาและวัฒนธรรม

ในด้านอาชีพและรายได้ พบว่ากลุ่มพนักงานบริษัทและเจ้าของธุรกิจเป็นกลุ่มหลัก ซึ่งมีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง สอดคล้องกับแนวคิดของ [33] Pine and Gilmore (2011) ที่ระบุว่าผู้บริโภคที่มีรายได้สูงมักมองหาประสบการณ์ที่มีคุณภาพ และสามารถจ่ายเพื่อประสบการณ์ที่คุ้มค่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมายังประเทศไทยมาก่อน โดยเฉพาะกลุ่มที่เดินทางมาแล้ว 2-3 ครั้ง สะท้อนถึงระดับความพึงพอใจและการรับรู้เชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสนับสนุนกับแนวคิด Destination Loyalty ของ [34] Zhang et al. (2014) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยวสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางซ้ำ

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อคุณภาพการให้บริการของผู้ให้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับสูง โดยเฉพาะด้านสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง และร้านขายของที่ระลึก ซึ่งสอดคล้องกับโมเดล SERVQUAL ของ [27] Parasuraman et al. (1988) ที่ระบุว่าคุณภาพการให้บริการที่ดีสามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ โดยหากพิจารณาความพึงพอใจในภาพรวมพบว่า การให้บริการของผู้ให้บริการ เช่น เจ้าหน้าที่/พนักงาน/เจ้าของร้าน/คนขับรถสาธารณะ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [35] Chen et al. (2020) ที่พบว่า การบริการที่เป็นมิตรของเจ้าหน้าที่หรือผู้ให้บริการสามารถส่งผลต่อการรับรู้ประสบการณ์ท่องเที่ยวในเชิงบวกได้

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวบางส่วนเห็นว่าความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมสำหรับที่พักและโรงแรม นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ [36] Kim et al. (2018) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพด้านกายภาพและการบริการของที่พักมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในส่วนของร้านอาหารและเครื่องดื่ม พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพและรสชาติของอาหาร ในขณะที่ราคาของอาหารยังคงเป็นปัจจัยที่อาจต้องมีการพัฒนาให้สมเหตุสมผลมากขึ้น ในด้านการคมนาคมขนส่ง แม้ว่าจะมีตัวเลือกการเดินทางที่หลากหลาย แต่ปัจจัยด้านความปลอดภัยและราคาค่าโดยสารยังคงเป็นจุดที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม ซึ่งสนับสนุนแนวคิดของ [37] Page (2019) ที่ระบุว่าคุณภาพของการขนส่งมีผลโดยตรงต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว สุดท้าย ด้านร้านขายของที่ระลึก พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงาน แต่ต้องการความชัดเจนของป้ายแนะนำสินค้าและราคามากขึ้น

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ ครอบครัวและสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [38] Xiang et al. (2015) ที่พบว่าสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเฉพาะ WeChat และ Xiaohongshu ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการค้นหาข้อมูลการเดินทาง อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลวิจัยของ [25] Zhuoli Wang et al. (2022) ที่พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่นิยมใช้แอปพลิเคชัน Xiaohongshu และ Weibo ในการประกอบการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว โดยตัดสินใจ

จากองค์ประกอบของที่พัก ร้านอาหาร รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมแต่ละที่อีกด้วย ในด้านอิทธิพลของครอบครัว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางเป็นกลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน มากกว่าการเดินทางเดี่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ [39] Hofstede (2011) เรื่อง Collectivism ที่ระบุว่าชาวจีนมีวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับกลุ่มและความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ในการตัดสินใจเดินทาง นอกจากนี้ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและประสบการณ์จากผู้เดินทางก่อนหน้านี้ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญในการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ [40] Echtner & Ritchie (1993) ที่กล่าวถึง Destination Image ว่ามีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเฉพาะกลุ่มที่สนใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ [41] Ruiqiu (2021) ที่พบว่า ปัจจัยที่ทำให้คนจีนประทับใจในการมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ ประเพณีและวัฒนธรรม รองลงมา คือ สถาปัตยกรรม ผู้คน อื่น ๆ อาหาร วิถีวัฒนธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับสูงต่อคุณภาพการให้บริการในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แต่ยังมีบางประเด็นที่ต้องได้รับการปรับปรุง เช่น ความปลอดภัยในการเดินทาง ราคาอาหาร และการสื่อสารของผู้ให้บริการ การพัฒนาแง่มุมเหล่านี้สามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในตลาดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศต่อไป

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยพบว่าปัจจัยหลายด้านที่ยังสามารถพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งนี้ ควรมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การติดตั้งป้ายแนะนำสินค้าที่ชัดเจนภายในร้านจำหน่ายของที่ระลึก ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งให้มีความปลอดภัยและราคาที่เหมาะสม

นอกจากนี้ การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการฝึกอบรมทักษะภาษาและการสื่อสาร จะช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อีกทั้งความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น WeChat และ Xiaohongshu จะเป็นกลยุทธ์สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางวัฒนธรรมให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ควรมีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในการรับรู้และความคาดหวังเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ตลอดจนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการวิจัยควรมุ่งเน้นการวิเคราะห์บทบาทของแพลตฟอร์มออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวใช้ในการค้นหาข้อมูลและวางแผนการเดินทาง รวมถึงประเภทของเนื้อหาซึ่งจะเป็นแนวทางสำคัญสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การศึกษาควรมุ่งเน้นแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ และควรมีการวิเคราะห์แนวทางที่เหมาะสมในการลดผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยวและเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

เอกสารอ้างอิง

- [1] วิชชีรานนท์ ทองเทพ. (2565). โควิด 19: ยกเลิก Test & Go จะกระตุ้นท่องเที่ยว-เศรษฐกิจได้แค่ไหน. บีบีซีไทย.
<https://www.bbc.com/thai/thailand-61264359>
- [2] สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดราชบุรี. (2566). รัฐบาลกับการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด-19 ด้วยการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน.
สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดราชบุรี.
https://ratchaburi.prd.go.th/th/content/category/detail/id/33/iid/148950?utm_source=chatgpt.com
- [3] ไทยโพสต์. (2567). ตัวเลขสวย ปี 66 นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทยทะลุ 28 ล้านคน. ไทยโพสต์.
<https://www.thaipost.net/economy-news/511051>
- [4] SCBEIC. (2024). China in focus: รู้เขา รู้เรา ชะเน่ใจนักท่องเที่ยวจีน.
<https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/9537/gyd0uu6ols/In-focus-Chinese-tourist-20240725.pdf>
- [5] กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัดปี 2566 (Domestic Tourism Statistics (Classify by region and province 2023)). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
<https://www.mots.go.th/news/category/705>
- [6] กรมการท่องเที่ยว. (2565). แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว พ.ศ.2566-2570. ใน กองพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว. <https://www.dot.go.th/storage/กองพัฒนาบริการ/แผนกองฯ/QtftdpYXKOCrXLds1f5xJfseslXaXcpgu3q3oDnM.pdf>
- [7] ภาวนิดา รักกลิ่น, จักรวรรดิ หล้าเพชร, ดุลหเดช แสนวิเศษ, ศรีญญ เลิศนุวัฒน์, และวีระพันธ์ ช่วยประสิทธิ์. (2025). แนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ส่งผลต่อการใช้บริการสายการบินในประเทศไทย. *Academic MCU Buriram Journal*, 10(1), 354-366.
- [8] ญาณินท์ ช้างหล้า, และภิญญาดา เมธารมณ. (2567). พฤติกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยาของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารวิชาการอยุธยาศึกษา*, 16(2), 57-73.
- [9] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2568). นักท่องเที่ยวจีนยังฮิตเที่ยวไทย แต่การเจาะตลาดท้าทายกว่าเดิม.
<https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Ch-Tourism-CIS3553-FB-2025-01-24.aspx>
- [10] จิตรา ดุษฎีเมธา. (2558). การพัฒนารูปแบบการสร้างความสุขของผู้สูงอายุ ด้วยสยามหัวเราะบำบัดผ่านการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน: กรณีศึกษา ชุมชนบ้านท่าช้าง อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 7(1), 20-31.
- [11] ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พฤติกรรม. ใน พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554.
<https://dictionary.orst.go.th/>
- [12] Cronbach, L. J. (1972). *Essentials of psychological testing*. Harper Collins.
- [13] ศุภลักษณ์ อังคราการ. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2). คลังนานาวิทยา
- [14] ชวัลนุช อุทยาน. (2552). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. [https:// touristbehaviour.wordpress.com/](https://touristbehaviour.wordpress.com/)
- [15] พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาวัฒนชัย, และจิระศักดิ์ ทัพพา. (2563). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการ สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน. *วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ใน พระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 26(1), 59-66.
- [16] Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.

- [17] McCormick, J., & Barnet, K. (2008). A multilevel investigation of relationships between Australian teachers' career stages and locus of control. *Journal of Educational Administration*, 46(1), 8-24.
- [18] เลิศพร ภาณุสกุล. (2558) แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- [19] Qin, S. (2023). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- [20] Prempre, N. (2021). Decision process for online food ordering service of the population of the Don Mueang area Bangkok. [Master's independent study]. Bangkok University.
- [21] กิตติยา ดาวเวียงกัน, และลัดดา ปินตา. (2563). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษาสถานีวิจัยห้วยขาแข้งและสถานีวิจัยห้วยขาแข้งจังหวัดเชียงใหม่. *Journal of Arts Management*, 4(2), 262-277.
- [22] อรนิภา ดินยะเสน. (2556) การชมรายการโทรทัศน์เพื่อการท่องเที่ยวต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [23] Wu, Y., & Phrapratanporn, B. (2024). The study of personal factors affecting Chinese tourists' decision to visit Wat Phra Kaew after the COVID-19 situation. *Institute Sufficiency Journal*, 1(8), 11–21.
- [24] วันวิสา ก้อนนาค. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ตลาดนัดธนบุรี เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสยาม.
- [25] Wang, Z., Huang, W. J., & Liu-Lastres, B. (2022). Impact of user-generated travel posts on travel decisions: A comparative study on Weibo and Xiaohongshu. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(2), 100064.
- [26] Zhou, Q., Sotiriadis, M., & Shen, S. (2023). Using TikTok in tourism destination choice: A young Chinese tourists' perspective. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101101.
- [27] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- [28] Hwang, J., Asif, M., & Lee, K. W. (2020). Relationships among country image, tour motivations, tour quality, tour satisfaction, and attitudinal loyalty: The case of Chinese travelers to Korea. *Sustainability*, 12(8), 3182. <https://doi.org/10.3390/su12083182>
- [29] กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (2557). รายงานการวิจัยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสารและการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- [30] บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). สุวีริยาสาส์น
- [31] Li, K. X., Jin, M., & Shi, W. (2018). Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review. *Tourism Management Perspectives*, 26, 135–142.
- [32] Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). Conceptualizing the visitor experience: A review of literature and development of a multifaceted model. *Visitor Studies*, 19(2), 128–143.
- [33] Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Press.
- [34] Zhang, H., Fu, X., Cai, L. A., & Lu, L. (2014). Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism Management*, 40, 213–223.

- [35] Chen, X., Cheng, Z. F., & Kim, G. B. (2020). Make it memorable: Tourism experience, fun, recommendation and revisit intentions of Chinese outbound tourists. *Sustainability*, 12(5), 1904.
- [36] Kim, J. H. (2018). The impact of memorable tourism experiences on loyalty behaviors: The mediating effects of destination image and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7), 856–870.
<https://doi.org/10.1177/0047287517721369>
- [37] Page, S. J. (2019). Demand: Why do people engage in tourism? In *Tourism management* (pp. 79–116). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203122433-5>
- [38] Xiang, Z., Tussyadiah, I., & Buhalis, D. (2015). Smart destinations: Foundations, analytics, and applications. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(3), 143–144.
- [39] Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 8. <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
- [40] Echtner, C. M., & Ritchie, J. B. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of Travel Research*, 31(4), 3–13.
- [41] Ruiqiu, P. (2021). An analysis of the deciding factors for Chinese tourists to travel to secondary cities in Thailand: A case study in Chiang Rai. *Master's independent study, Bangkok University*.

**การพัฒนาตัวบ่งชี้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม
ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาภาคเหนือตอนล่าง**
**The Development of Innovation Leadership Indicators
for High School Students in the Educational Area of Lower Northern Region**

กฤติยา อินทิพย์¹, ณัฐนิชา อินสุวรรณ², นราวิชญ์ เล่ห์กล³, บัญดา ลินแตง^{4*}, มณสิข คงยุทธ์⁵,
สุธีรพงษ์ จันทรเต็ม⁶, และณัฐกานต์ ประจันบาน⁷

Krittiya Intip¹, Nutnicha Insuwan², Narawich Lakol³, Banyada Sintang^{4*}, Monsit Kongyut⁵,
Suteerapong Chantem⁶, and Nattakan Prachanban⁷

1, 2, 3, 4*, 5, 6, 7 สาขาวิจัยและประเมินทางการศึกษา, ภาควิชาบริหาร วิจัย และพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา,

คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก, ประเทศไทย

1, 2, 3, 4*, 5, 6, 7 Educational Research and Evaluation, Faculty of Education, Naresuan University, Phitsanulok, Thailand

Received: April 8, 2025 Revised: September 14, 2025 Accepted: August 8, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่ศึกษามัธยมศึกษาภาคเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาภาคเหนือตอนล่าง จำนวน 381 คน โดยใช้แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นมาตรวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 25 ข้อ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาภาคเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. การมีวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้ 2. การสร้างบรรยากาศเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้ 3. การมีทักษะการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม ประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้ 4. การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้ และ 5. การบริหารความเสี่ยงและกล้าตัดสินใจ ประกอบด้วย 5 ตัวบ่งชี้ ซึ่งองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทั้งหมดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 260.225$, $df = 225$, $p - \text{value} = 0.0535$, $RMSEA = .020$, $CFI = .991$, $TLI = .988$, $SRMR = .037$) พิจารณาว่า $p - \text{value}$ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ค่าอำนาจประกอบของตัวบ่งชี้มีค่าตั้งแต่ .537 - .793 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกค่า

คำสำคัญ: การพัฒนาตัวบ่งชี้ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม นักเรียนมัธยมศึกษา

*Corresponding author. Tel.: 083 459 1514

Email address: banyadas67@nu.ac.th

Abstract

This research aimed to analyze the confirmatory factor structure of the innovative leadership model among high school students in the educational area of the lower northern region of Thailand. The sample consisted of 381 high school students from this region. A questionnaire containing 25 items on a 5-point Likert scale was used for data collection. Confirmatory factor analysis (CFA) was employed as the statistical method for analysis. The results revealed that the innovative leadership of high school students in this area consisted of five components: visionary innovation, innovative atmosphere, creative innovation skills, teamwork and innovative participation, and risk management and decision-making. Each component included five indicators. In addition, all components and their indicators were consistent with the empirical data ($\chi^2 = 260.225$, $df = 225$, $p = 0.0535$, $RMSEA = .020$, $CFI = .991$, $TLI = .988$, $SRMR = .037$). The p-value indicated no statistically significant difference, suggesting a good model fit. The factor loadings of the indicators ranged from .537 to .793, all of which were statistically significant at the .05 level.

Keywords: Indicators, Innovative Leadership, High School Students

บทนำ

โลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงพลิกผันอย่างรวดเร็ว มีความซับซ้อนและยากเกินจะคาดเดานักวิชาการเรียกปรากฏการณ์นี้ว่า VUCA World โดย VUCA เป็นคำย่อของความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความสลับซับซ้อน (Complexity) และความคลุมเครือ (Ambiguity) [1] (Giles, 2018) ความเปลี่ยนแปลงที่พลิกผันและรวดเร็วนี้ ส่งผลให้สภาพสังคม การเมือง และเศรษฐกิจที่ผู้คนคุ้นเคยเปลี่ยนไปด้วย กรณีที่เห็นชัด คือ การที่สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เข้ามามีผลต่อพฤติกรรมของเด็กและเยาวชนมากขึ้น

เด็กและเยาวชนเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีค่ายิ่ง หากได้รับการพัฒนาและได้รับโอกาสให้ใช้ความสามารถอย่างเต็มศักยภาพ ย่อมเป็นกำลังสำคัญในการสืบทอดความเป็นชาติ ศาสนา ภูมิปัญญา วัฒนธรรม การอนุรักษ์ธรรมชาติ สามารถพัฒนาประเทศชาติให้เจริญงอกงามเทียบเท่านานาชาติอารยประเทศ เด็กและเยาวชนจึงเป็นอนาคตของสังคมทุกระดับ และเป็นความหวังของแผ่นดิน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดการศึกษาภายใต้นโยบายคุณธรรม การพัฒนาคุณลักษณะของนักเรียนให้มีความเป็นผู้นำ มีคุณธรรม จริยธรรม ระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม เป็นพลเมืองดีของประเทศชาติสืบไป [2] (สำนักพัฒนากิจกรรมนักเรียน, 2558) การพัฒนาบุคคลให้มีศักยภาพและมีภาวะผู้นำนั้นจำเป็นต้องได้รับปลูกฝังและพัฒนาให้ได้ใช้ความสามารถอย่างเต็มศักยภาพตั้งแต่วัยเด็ก [3] (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2561) การพัฒนาทุนทรัพยากรมนุษย์เชิงคุณภาพเป็นความท้าทายที่สำคัญของไทยมาโดยตลอด โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ [4] (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 - 2570.) การนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรม ทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ จึงควรฝึกเด็กและเยาวชนให้มีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงที่พลิกผันและรวดเร็วของโลกปัจจุบัน

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเป็นพฤติกรรมของผู้นำที่มีความสามารถในการเข้าถึงปัญหาหรือโอกาสที่สลับซับซ้อนและค้นพบแนวทางในการดำเนินการใหม่ ๆ หรือไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนโดยผู้นำจะต้องมีความฉลาดทางนวัตกรรม (Innovative Intelligence) เพื่อช่วยให้สามารถตอบสนองและแก้ไขปัญหาในสถานการณ์จริงได้ดีขึ้นและช่วยให้เกิดนวัตกรรมในองค์กรมากขึ้นอีกด้วย [5] Weiss and Legrand (2011) สอดคล้องกับ สุกัญญา แซ่มซ้อย [6] สุกัญญา แซ่มซ้อย (2562)

กล่าวว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม คือ การที่ผู้นำมีความสามารถในการรับรู้ และใส่ใจรายละเอียดของเหตุการณ์ วิเคราะห์สถานการณ์ได้อย่างลึกซึ้ง และเปิดใจรับแนวคิดใหม่ กล้าคิดแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ รวมทั้งนำแนวคิดเก่ามาต่อยอดเพื่อหาแนวทางใหม่ ในการแก้ไขปัญหา หรือสร้างสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

ผลการศึกษาของ [7] ปอรรักษ์ ยอดเนร (2560) [8] ชำนาญ คำปัญญาสินทัย และคณะ (2560) [9] กฤติมา มะโนพรหม (2562) และ [10] กนกวรรณ จันทนิมะ และคณะ (2565) ยืนยันว่าภาวะผู้นำไม่ใช่สิ่งที่ฟ้าประทานหรือมีมาตั้งแต่เกิด หากเป็นสิ่งที่เรียนรู้กันได้ อย่างไรก็ตามการเรียนรู้เพื่อพัฒนาความเป็นผู้นำนั้นเป็นเรื่องยาก เนื่องจากไม่ใช่แค่เป็นการเรียนรู้ทักษะที่จะสามารถสอนให้ทำกันได้ทุกคน โดยหลักสูตรใดหลักสูตรหนึ่งหรือหนังสือคู่มือเล่มใดเล่มหนึ่งแต่เป็นเรื่องของการเรียนรู้ที่จะเข้าใจความหมายและแนวทางการเป็นผู้นำที่อย่างเป็นระบบองค์รวม การเปลี่ยนกรอบแนวคิดและเปลี่ยนอุปนิสัย การพัฒนาและฝึกฝนตนเองอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เป็นที่มีความฉลาดทั้งทางสติปัญญาทางอารมณ์ (EQ) และทางด้านจิตสำนึกมีความคิดสร้างสรรค์ มีจินตภาพมองเห็นการณ์ไกล มองโลกในแง่บวกและมีการจัดการกับปัญหาได้ดี ทั้งนี้ ในส่วนของสถานศึกษาเป็นองค์การทางสังคมมีการถ่ายทอดความรู้ไปยังผู้เรียน มีบทบาทและหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาเด็กหรือเยาวชนให้เป็นผู้ใหญ่ที่ดี การพัฒนาการศึกษาจึงใช้สถานศึกษาเป็นหน่วยปฏิบัติการทางการศึกษาที่ใกล้ชิดกับนักเรียนมากที่สุดไม่เพียงแต่การจัดการเรียนการสอนเท่านั้นแต่ยังรวมถึงการสร้างทักษะและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กำหนดกิจกรรมนักเรียนว่าเป็นกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาความมีระเบียบวินัยความเป็นผู้นำผู้ตามที่ดี ความรับผิดชอบ การทำงานร่วมกัน การรู้จักแก้ปัญหา การตัดสินใจที่เหมาะสม ความมีเหตุผล การช่วยเหลือแบ่งปัน เอื้ออาทรและสมานฉันท์ [11] สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา (2553) ในศตวรรษที่ 21 มีความต้องการภาวะผู้นำและความรับผิดชอบแบบกระจายบทบาท จากการรับผิดชอบต่อตนเอง รับผิดชอบต่อการทำงานแบบประสานสอดคล้องเป็นคณะทำงาน กำหนดเป็นทักษะด้านความร่วมมือ การทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำ (Collaboration, Teamwork & Leadership) [12] (วิจารณ์ พานิช, ม.ป.ป.)

การพัฒนาภาวะผู้นำอาจทำได้หลายรูปแบบ เช่น การประชุมสัมมนาผู้นำนักเรียน การฝึกอบรมทักษะผู้นำนักเรียน ให้มีภาวะความเป็นผู้นำ การเสริมสร้างพฤติกรรมใหม่ การเรียนรู้แบบทีมแข่งขัน การฝึกการแสดงออก กิจกรรมกลุ่ม เกมการวางแผนไขว่คว้าและการใช้ตัวแบบ เป็นต้น การจัดกิจกรรมที่มุ่งให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในการคิด การพูด การวางแผนเป็นการเปิดโอกาสให้นักเรียนได้แสดงออกในบทบาทต่าง ๆ เช่น เป็นประธาน เป็นสมาชิก เป็นผู้นำหรือผู้ตามที่ดี ย่อมส่งผลให้นักเรียนมีความรู้ ความคิด มีความเข้าใจ และการได้เผชิญประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติจริง จะช่วยให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ [2] (สำนักพัฒนากิจกรรมนักเรียน, 2558) การส่งเสริมให้นักเรียนทำกิจกรรม เกิดการเรียนรู้ทั้งทางด้านทฤษฎีและการปฏิบัติจากสภาพแวดล้อมจริง [13] (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

จากความสำคัญของภาวะผู้นำของนักเรียนดังกล่าวข้างต้น การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าประกอบเชิงยืนยันภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่มัยมศึกษาภาคเหนือตอนล่าง โดยอาศัยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis; CFA)

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคเหนือตอนล่าง

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม หมายถึง พฤติกรรมของผู้นำที่มีจุดมุ่งหมายที่สำคัญ ในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่และผลักดันความคิดที่มีประโยชน์และแปลกใหม่ที่เกี่ยวกับงาน ผู้นำใช้ความสามารถของตนเองหรือพฤติกรรมที่ส่งเสริม สนับสนุน

การทำงานเชิงนวัตกรรม ในการเข้าถึงปัญหาหรือโอกาสและสามารถขับเคลื่อนให้เกิดการคิดค้นแนวทางการดำเนินงานใหม่ ๆ โดยได้ศึกษาจากหลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของจิลล์ เฮนเดอร์ (Innovation leadership : Role and key imperatives)

ตามแนวคิดของ [14] Hender (2003) ได้อธิบายถึง ผู้นำเชิงนวัตกรรมจำเป็นต้องมีทักษะเพิ่มเติม คือ ทักษะการโน้มน้าวขั้นสูง ความสามารถในการเข้าใจทางจิตวิทยาและความฉลาดทางอารมณ์ เป็นนักสร้างเครือข่ายที่ยอดเยี่ยม โดยมีองค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่

1.1 ด้านการสร้างบรรยากาศในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (creating a climate for innovation)

หากองค์กรยังไม่มี สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนนวัตกรรมอย่างกว้างขวาง ผู้นำและผู้บริหารระดับสูงที่รับผิดชอบด้านนวัตกรรม จำเป็นต้องสร้างและรักษาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการนวัตกรรม อย่างเหมาะสม

1.2 ด้านการคัดเลือกคนเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม (recruiting for innovation)

ภารกิจสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับผู้นำนวัตกรรม คือ การสรรหาทีมที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกที่มีพื้นฐานหน้าที่การงาน (Functional Backgrounds), บุคลิกภาพ (Personalities), ระดับประสบการณ์ (Levels of Experience) และ รูปแบบการคิด (Thinking Styles) ที่หลากหลาย เพื่อมารับบทบาทที่แตกต่างกัน ลักษณะบางประการของสมาชิกทีมด้านนวัตกรรม ที่ถูกระบุไว้ ได้แก่ 1) การไม่ยึดติดกับกรอบเดิม (Non-conformity) 2) ความคิดสร้างสรรค์ (Innovativeness) 3) ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) 4) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจและอุตสาหกรรม (General Business and Sector Knowledge) 5) ความกระตือรือร้น (Enthusiasm) และ 6) ความภักดี (Loyalty)

1.3 ด้านการสร้างทีม (team building)

ทีมด้านนวัตกรรมจำเป็นต้องถูกหลอมรวมกัน โดยการ สร้างและยึดมั่นในค่านิยมร่วมกัน การสร้างทีมช่วยให้ทีมได้รับ การฝึกอบรมที่จำเป็น เพื่อพัฒนา ทักษะในการสำรวจและแก้ไขปัญหา (Skills to Explore and Solve Problems) รวมถึง การจัดการความสัมพันธ์ (Manage Relationships) ทั้งภายในและภายนอกโครงการนวัตกรรม นอกจากนี้ยังช่วยให้ทีมสามารถ ติดต่อและทำงานร่วมกับส่วนอื่น ๆ ขององค์กร รวมถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก (Outside Stakeholders) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 ด้านการจัดการทีมนวัตกรรม (managing innovation teams)

การจัดการทีมนวัตกรรมเกี่ยวข้องกับการตระหนักเมื่อจำเป็นเปลี่ยนทั้งหัวหน้าและสมาชิกในทีม ทักษะและลักษณะนิสัยที่ให้บริการทีมนวัตกรรมได้ดีในช่วงแรก ๆ ที่อิสระซึ่งมีการมุ่งเน้นความคิดและความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ อาจกลายเป็นผลเสียได้ในภายหลังจำเป็นต้องมีความรู้สึกที่แข็งแกร่งมากขึ้น ทีมที่ตรวจสอบก็มีแนวโน้มเพื่อเป็นแกนหลัก หากทีมที่เหลือมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้ง

1.5 ด้านการให้รางวัลในการสร้างนวัตกรรม (rewarding innovation)

การให้รางวัลควรเชื่อมโยงกับค่านิยมสร้างผลการดำเนินงานและปัจจัยอื่น ๆ ของผลการทำงานส่วนบุคคล (Personal Performance) รางวัลต้องมีความสมดุลกับความเสี่ยง และควรมีการทบทวนตลอดกระบวนการนวัตกรรมด้านการพัฒนาทักษะ (developing skills)

1.6 ด้านการพัฒนาทักษะ (developing skills)

การฝึกอบรมควรได้รับการจัดเตรียมในทักษะการโน้มน้าวและการทำงานร่วมกัน คุณไม่สามารถทำให้ใครมีความคิดสร้างสรรค์, ความมุ่งมั่น หรือ พลังงาน ได้ แต่คุณสามารถ พัฒนาแนวคิดที่เปิดกว้างและการตระหนักรู้ เพื่อให้ผู้คนเข้าใจผู้อื่นได้ดีขึ้น

1.7 การค้นหาและทำงานร่วมกับผู้สนับสนุน (finding and working with supporters)

ผู้นำนวัตกรรมจำเป็นต้องมี ผู้สนับสนุน (Sponsors) คือผู้ที่มีอำนาจและอิทธิพลในระดับสูงซึ่งเชื่อในศักยภาพของแนวคิด พวกเขาจะทำการ ประเมิน ติดตาม ปลอ่ยทรัพยากร ให้คำแนะนำ แบ่งปันแนวคิด และขัดขวางผู้ที่เป็นอุปสรรคภายในองค์กร (Corporate Terrorists) การสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพ สำหรับนวัตกรรมต้องการ ความกล้าหาญ ความมุ่งมั่น และ เวลา สำหรับผู้นำนวัตกรรมทุกรูปแบบ ผู้เชี่ยวชาญภายนอก และแหล่งคำปรึกษา (Sounding Boards) สามารถให้ทักษะเฉพาะทาง ความเป็นกลาง และความรู้ที่กว้างขวางในสาขานั้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาภาคเหนือตอนล่าง จังหวัดสุโขทัย จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดอุตรดิตถ์ และจังหวัดพิจิตร

กลุ่มตัวอย่าง นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาภาคเหนือตอนล่าง จังหวัดสุโขทัย จังหวัดอุตรดิตถ์ จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดพิจิตร โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามโปรแกรมการคำนวณของ Dr.Daniel Soper [15] Soper (2024) ซึ่งได้ระบุค่าอิทธิพลที่คาดหวัง (Anticipated effect size) คือ 0.3 จำนวนตัวแปรแฝง (Latent variables) เท่ากับ 5 ตัวแปร จำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ (Observed variables) เท่ากับ 25 ตัวแปร ระดับนัยสำคัญ (p - value) คือ .05 และค่าอำนาจของการทดสอบ (Statistical power) เท่ากับ .80 จนผลการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่โปรแกรมแนะนำ คือ 150 คน และเมื่อมีการจัดเก็บข้อมูลได้จัดเก็บข้อมูลของนักเรียนไปทั้งสิ้นจำนวน 381 คน จึงกำหนดให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 381 คน

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล การศึกษาวิจัยในครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยสร้างจากทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับชั้น จังหวัด

ตอนที่ 2 ข้อมูลระดับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนในโรงเรียนในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคเหนือตอนล่างที่มีลักษณะเป็นมาตรวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 25 ข้อ

การวัดคุณภาพของเครื่องมือ ประกอบด้วย การวัดความเที่ยงตรงของข้อมูล (Validity) นำเครื่องมือในการเก็บข้อมูลให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence: IOC) โดยได้ค่าความเที่ยงตรงของข้อมูลอยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาภาคเหนือตอนล่าง จังหวัดสุโขทัย จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดอุตรดิตถ์ และจังหวัดพิจิตร จำนวน 381 คน เพื่อยืนยันความเหมาะสมของตัวบ่งชี้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Confirmatory Factor Analysis ; CFA) ในการทดสอบโมเดลภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนในโรงเรียนในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาภาคเหนือตอนล่าง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่งและอันดับที่สองของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาภาคเหนือตอนล่าง ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error) ค่าสถิติทดสอบที (t - value) และค่าความเที่ยง (R^2) ของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียน

องค์ประกอบและตัวชี้วัด	Factor Loading	S.E.	t	R^2
องค์ประกอบที่ 1 การมีวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรม (Y1)	0.878	0.026	33.257	0.770
การตั้งเป้าหมายในการเรียนของตนเอง (X1)	0.678	0.035	19.224	0.460
การวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างเรียนและหาทางแก้ไข (X2)	0.729	0.029	25.391	0.531
การมีวิธีการเรียนที่ช่วยให้เข้าใจบทเรียนได้ดีขึ้น (X3)	0.638	0.035	18.457	0.407
การใช้ความรู้จากวิชาเรียนมาแก้ปัญหาและพัฒนาตนเอง (X4)	0.718	0.031	23.216	0.515
การมองเห็นแนวทางการเรียนรู้ที่ช่วยให้ตนเองมีพัฒนาการที่ดีขึ้น (X5)	0.697	0.032	21.900	0.486
องค์ประกอบที่ 2 การสร้างบรรยากาศเชิงนวัตกรรม (Y2)	0.862	0.029	29.284	0.743
การเปิดรับความคิดใหม่ ๆ และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อน (X6)	0.568	0.042	13.460	0.322
การสนับสนุนให้เพื่อนแสดงความคิดเห็น โดยไม่ตัดสินหรือดูถูกความคิดของผู้อื่น (X7)	0.537	0.044	12.327	0.289
การรู้ว่าห้องเรียนของตนเองเป็นพื้นที่ที่ปลอดภัยในการแสดงออกทางความคิด (X8)	0.609	0.038	16.112	0.371
การกระตุ้นให้เพื่อนคิดหาวิธีใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ (X9)	0.661	0.037	18.011	0.437
การมีความตั้งใจที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อช่วยให้การเรียนของตนเองและเพื่อนดีขึ้น (X10)	0.702	0.032	21.795	0.493
องค์ประกอบที่ 3 การมีทักษะการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม (Y3)	0.828	0.027	30.821	0.686
การคิดหาวิธีใหม่ ๆ ในการเรียนและการทำโครงการ (X11)	0.793	0.032	25.026	0.628
การลองทำสิ่งใหม่ ๆ แม้ว่ายังไม่เคยมีใครทำมาก่อน (X12)	0.652	0.033	19.878	0.425
การมีความสามารถในการนำความคิดจากแหล่งต่าง ๆ มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ (X13)	0.731	0.032	23.037	0.535
ความกล้าคิด กล้าฝัน และท้าทายตัวเองในการทำสิ่งที่ไม่เคยทำ (X14)	0.707	0.033	21.522	0.500
การออกแบบหรือสร้างชิ้นงานที่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง (X15)	0.615	0.035	17.470	0.378
องค์ประกอบที่ 4 การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมเชิงนวัตกรรม (Y4)	0.757	0.035	21.334	0.573
การทำงานร่วมกับเพื่อนได้อย่างราบรื่น และช่วยกันพัฒนาไอเดียใหม่ ๆ (X16)	0.667	0.034	19.457	0.445
การยอมรับฟังความคิดเห็นของเพื่อน แม้ว่าจะไม่ตรงกับความคิดของตนเอง (X17)	0.629	0.039	16.126	0.395
การมีบทบาทเป็นทั้งผู้นำและผู้ตามที่ดีเมื่อทำงานกลุ่ม (X18)	0.659	0.035	18.786	0.434
การรู้จักแบ่งหน้าที่และช่วยกันทำงานอย่างเป็นระบบ (X19)	0.666	0.033	20.469	0.443
การช่วยกระตุ้นให้เพื่อน ๆ ในกลุ่มคิดหาวิธีการทำงานที่สร้างสรรค์ (X20)	0.716	0.033	21.906	0.513
องค์ประกอบที่ 5 การบริหารความเสี่ยงและกล้าตัดสินใจ (Y5)	0.879	0.027	32.256	0.772

องค์ประกอบและตัวชี้วัด	Factor Loading	S.E.	t	R ²
ความกล้าตัดสินใจเลือกแนวทางในการทำโครงการหรือการเรียนของตนเอง (X21)	0.689	0.031	21.959	0.475
ความกล้าลองทำสิ่งใหม่ แม้ว่าจะไม่แน่ใจว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ (X22)	0.679	0.033	20.745	0.461
การยอมรับและเรียนรู้จากความผิดพลาดของตนเองและผู้อื่น (X23)	0.647	0.035	18.695	0.418
ความสามารถปรับเปลี่ยนแผนการเรียนรู้หรือแนวทางการทำงานเมื่อพบว่าแนวทางเดิมไม่ได้ผล (X24)	0.670	0.033	20.415	0.449
ความพร้อมรับความท้าทายใหม่ ๆ และใช้มันเป็นโอกาสในการพัฒนาตนเอง (X25)	0.572	0.039	14.539	0.327

$$\chi^2 = 260.225, df = 225, p - value = 0.0535, RMSEA = .020, CFI = .991, TLI = .988, SRMR = .037$$

จากตาราง 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error) ค่าสถิติทดสอบที (t - value) และค่าความเที่ยง (R²) ของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนพบว่า โมเดลภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 260.225, df = 225, p - value = 0.0535, RMSEA = .020, CFI = .991, TLI = .988, SRMR = .037$) พิจารณาค่า p-value ไม่นี้นัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.0535$) ค่า CFI, TLI มีค่าเข้าใกล้ 1 (CFI = .991, TLI = .988) ค่า RMSEA, SRMR มีค่าเข้าใกล้ 0 (RMSEA = .037, SRMR = .037) ทั้งนี้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวบ่งชี้ทั้ง 25 ตัว มีค่าตั้งแต่ .537 - .793 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกค่า แสดงว่า ตัวบ่งชี้ทุกตัวมีความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของโมเดลภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนทั้งหมดนอกจากนี้ตัวบ่งชี้ทั้งหมดร่วมกันอธิบายความผันแปรระหว่างองค์ประกอบทั้ง 5 ได้ร้อยละ 32.2 - 62.8

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบที่ 1 การมีวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรม (Y1) ทั้ง 5 ตัวบ่งชี้ (X1 - X5) มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกค่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง .638 - .729 และจัดเรียงค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด ในการบ่งชี้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียน องค์ประกอบที่ 1 การมีวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรม (Y1) คือ การวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างเรียนและหาทางแก้ไข (X2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .729 การใช้ความรู้จากวิชาเรียนมาแก้ปัญหาและพัฒนาตนเอง (X4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .718 การมองเห็นแนวทางการเรียนรู้ที่ช่วยให้ตนเองมีพัฒนาการที่ดีขึ้น (X5) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .697 การตั้งเป้าหมายในการเรียนของตนเอง (X1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .678 การมีวิธีการเรียนที่ช่วยให้เข้าใจบทเรียนได้ดีขึ้น (X3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .638 ตามลำดับ และร่วมกันอธิบายความผันแปรขององค์ประกอบที่ 1 การมีวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรม (Y1) ได้ร้อยละ 40.7 - 53.1

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบที่ 2 การสร้างบรรยากาศเชิงนวัตกรรม (Y2) ทั้ง 5 ตัวบ่งชี้ (X6 - X10) มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกค่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง .537 - .702 และจัดเรียงค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด ในการบ่งชี้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียน องค์ประกอบที่ 2 การสร้างบรรยากาศเชิงนวัตกรรม (Y2) คือ การมีความตั้งใจที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อช่วยให้การเรียนของตนเองและเพื่อนดีขึ้น (X10) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .702 การกระตุ้นให้เพื่อนคิดหาวิธีใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ (X9) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .661 การรู้ว่ามีห้องเรียนของ

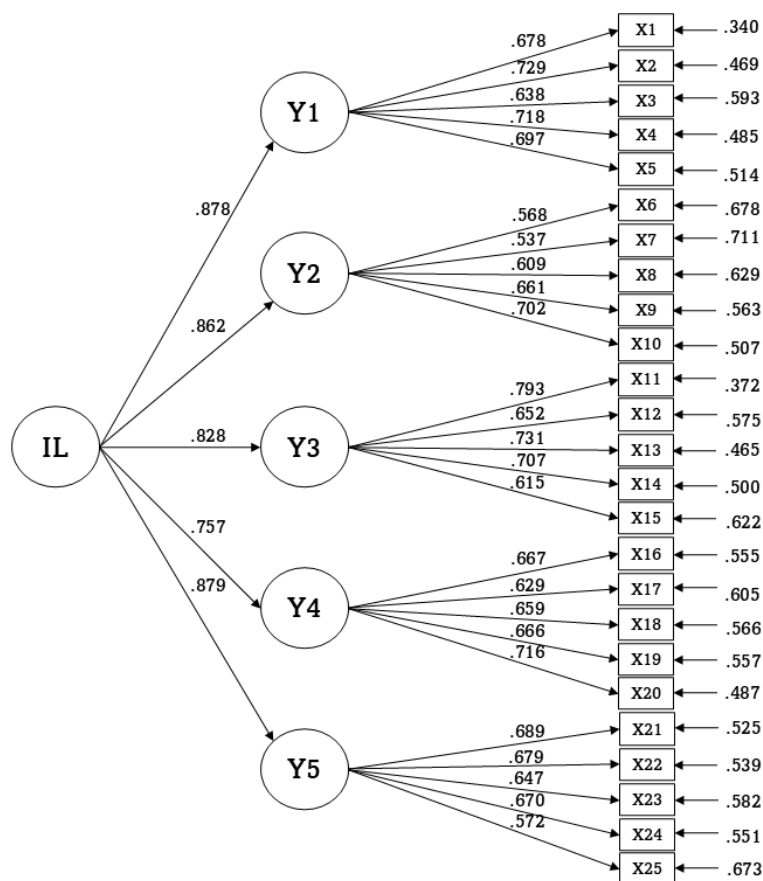
ตนเองเป็นพื้นที่ที่ปลอดภัยในการแสดงออกทางความคิด (X8) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .609 การเปิดรับความคิดใหม่ ๆ และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อน (X6) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .568 การสนับสนุนให้เพื่อนแสดงความคิดเห็น โดยไม่ตัดสินหรือดูถูกความคิดของผู้อื่น (X7) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .537 ตามลำดับ และร่วมกันอธิบายความผันแปรขององค์ประกอบที่ 2 การสร้างบรรยากาศเชิงนวัตกรรม (Y2) ได้ร้อยละ 28.9 - 49.3

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบที่ 3 การมีทักษะการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม (Y3) ทั้ง 5 ตัวบ่งชี้ (X11 – X15) มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกค่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง .615 - .793 และจัดเรียงค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด ในการบ่งชี้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียน องค์ประกอบที่ 3 การมีทักษะการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม (Y3) คือ การคิดหาวิธีใหม่ ๆ ในเรียนและการทำโครงการ (X11) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .793 การมีความสามารถในการนำความคิดจากแหล่งต่าง ๆ มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ (X13) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .731 ความกล้าคิด กล้าฝัน และท้าทายตัวเองในการทำสิ่งที่ไม่เคยทำ (X14) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .707 การลองทำสิ่งใหม่ ๆ แม้ว่าจะยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน (X12) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .652 การออกแบบหรือสร้างชิ้นงานที่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง (X15) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .615 ตามลำดับ และร่วมกันอธิบายความผันแปรขององค์ประกอบที่ 3 การมีทักษะการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม (Y3) ได้ร้อยละ 37.8 – 62.8

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบที่ 4 การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมเชิงนวัตกรรม (Y4) ทั้ง 5 ตัวบ่งชี้ (X16 – X20) มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกค่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง .629 - .716 และจัดเรียงค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด ในการบ่งชี้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียน องค์ประกอบที่ 4 การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมเชิงนวัตกรรม (Y4) คือ การช่วยกระตุ้นให้เพื่อน ๆ ในกลุ่มคิดหาวิธีการทำงานที่สร้างสรรค์ (X20) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .716 การทำงานร่วมกับเพื่อนได้อย่างราบรื่น และช่วยกันพัฒนาไอเดียใหม่ ๆ (X16) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .667 การรู้จักแบ่งหน้าที่และช่วยกันทำงานอย่างเป็นระบบ (X19) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .666 การมีบทบาทเป็นทั้งผู้นำและผู้ตามที่ดีเมื่อทำงานกลุ่ม (X18) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .659 การยอมรับฟังความคิดเห็นของเพื่อน แม้ว่าจะไม่ตรงกับความคิดของตนเอง (X17) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .629 ตามลำดับ และร่วมกันอธิบายความผันแปรขององค์ประกอบที่ 4 การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมเชิงนวัตกรรม (Y4) ได้ร้อยละ 39.5 – 51.3

เมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ในแต่ละองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบที่ 5 การบริหารความเสี่ยงและกล้าตัดสินใจ (Y5) ทั้ง 5 ตัวบ่งชี้ (X21 – X25) มีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกค่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง .572 - .689 และจัดเรียงค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด ในการบ่งชี้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียน องค์ประกอบที่ 5 การบริหารความเสี่ยงและกล้าตัดสินใจ (Y5) คือ ความกล้าตัดสินใจเลือกแนวทางในการทำโครงการหรือการเรียนของตนเอง (X21) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .689 ความกล้าลองทำสิ่งใหม่ แม้ว่าจะไม่แน่ใจว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ (X22) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .679 ความสามารถปรับเปลี่ยนแผนการเรียนรู้หรือแนวทางการทำงานเมื่อพบว่าแนวทางเดิมไม่ได้ผล (X24) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .670 การยอมรับและเรียนรู้จากความผิดพลาดของตนเองและผู้อื่น (X23) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .647 ความพร้อมรับความท้าทายใหม่ ๆ และใช้มันเป็นโอกาสในการพัฒนาตนเอง (X25) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .572 ตามลำดับ และร่วมกันอธิบายความผันแปรขององค์ประกอบที่ 5 การบริหารความเสี่ยงและกล้าตัดสินใจ (Y5) ได้ร้อยละ 32.7 – 47.5

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาภาคเหนือตอนล่าง แสดงดังภาพ



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่ 1 ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาภาคเหนือตอนล่าง

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาตัวบ่งชี้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาภาคเหนือตอนล่างครั้งนี้ พบว่ามีข้อมูลสำคัญ จำนวน 5 องค์ประกอบ และ 25 ตัวบ่งชี้ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าตั้งแต่ .537 - .793 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกค่า เรียงลำดับค่าน้ำหนักจากมากไปน้อย ดังนี้ (1) องค์ประกอบด้านการบริหารความเสี่ยงและกล้าตัดสินใจ (2) องค์ประกอบด้านการมีวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรม (3) องค์ประกอบด้านการสร้างบรรยากาศเชิงนวัตกรรม (4) องค์ประกอบด้านการมีทักษะการคิดสร้างนวัตกรรม และ (5) องค์ประกอบด้านการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมเชิงนวัตกรรม ตามลำดับ พบว่า องค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ด้านการบริหารความเสี่ยงและกล้าตัดสินใจ แสดงให้เห็นว่าการมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียนจำเป็นต้องส่งเสริมให้นักเรียนสามารถนำพาทีมงานไปสู่ความสำเร็จได้ในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล คือ “ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม” สอดคล้องกับงานวิจัยของ [16] นิโรจน์ ทองรักจันทร์ และคณะ (2567) ที่ศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมผู้บริหารสถานศึกษาเอกชนยุคดิจิทัล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ [17] ศราวุฒิ การิรัตน์ และชัยยนต์ เพาพาน (2567) ที่ศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสอนของครู ผลลัพธ์พบว่าภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของครูมีด้วยกัน 3 ด้าน คือ การคิดสร้างสรรค์ การสร้างบรรยากาศแห่งองค์กรนวัตกรรม และการสร้างแรงจูงใจ ผู้วิจัยจึงอภิปรายผล ดังนี้

1. การมีวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรม คือ การที่ผู้นำต้องมีความวิสัยทัศน์ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง สามารถจัดหาและเลือกใช้นวัตกรรมได้จนเกิดประโยชน์สูงสุด ประกอบด้วย (1) การตั้งเป้าหมายในการเรียนของตนเอง (2) การวิเคราะห์ปัญหา

ที่เกิดขึ้นระหว่างเรียนและหาทางแก้ไข (3) การมีวิธีการเรียนที่ช่วยให้เข้าใจบทเรียนได้ดีขึ้น (4) การใช้ความรู้จากวิชาเรียนมาแก้ปัญหาและพัฒนาตนเอง (5) การมองเห็นแนวทางการเรียนรู้ที่ช่วยให้ตนเองมีพัฒนาการที่ดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ [18] เชิดพงษ์ จอกราวัง และคณะ (2566) ที่ได้ระบุว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม จำเป็นต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรม และสามารถนำวิสัยทัศน์นั้นไปสู่การปฏิบัติได้ [16] นิโรจน์ ทองรักจันทร์ และคณะ (2567) ได้ระบุว่า การมีวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (1) การกำหนดวิสัยทัศน์ (2) การสร้างและสื่อสารวิสัยทัศน์ (3) การปฏิบัติตามวิสัยทัศน์ และ [19] พลธาวิณ วัชรพรธำรงค์ และคณะ (2565) ได้ระบุว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรมต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ชัดเจน ปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม สามารถนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนในด้านต่างๆ และส่งเสริมให้สมาชิกในทีมสร้างสรรค์นวัตกรรมได้

2. การสร้างบรรยากาศเชิงนวัตกรรม คือ การจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชิงนวัตกรรม จนสมาชิกในทีมสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ได้ ประกอบด้วย (1) การเปิดรับความคิดใหม่ ๆ และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อน (2) การสนับสนุนให้เพื่อนแสดงความคิดเห็น โดยไม่ตัดสินหรือถูกความคิดของผู้อื่น (3) การรู้วาท้องเรียนของตนเองเป็นพื้นที่ที่ปลอดภัยในการแสดงออกทางความคิด (4) การกระตุ้นให้เพื่อนคิดหาวิธีใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหาต่างๆ และ (5) การมีความตั้งใจที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อช่วยให้การเรียนรู้ของตนเองและเพื่อนดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ [20] สมพงษ์ เชือกพรหม และคณะ (2565) ระบุว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมด้านบรรยากาศแห่งองค์การนวัตกรรมส่งผลให้องค์การมีสมรรถนะที่สูงขึ้น [21] จูตินันท์ นันทะศรี และคณะ (2562) ระบุว่า ผู้นำต้องมีความสามารถในการบรรยากาศที่ดีในการทำงาน สนับสนุน อำนวยความสะดวกให้สมาชิกมีการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองได้อย่างสร้างสรรค์อยู่เสมอ และ [22] ปรีวิวัฒน์ ยืนยง (2563) ระบุว่า ผู้นำควรเปลี่ยนแปลงตนเองเพื่อความก้าวหน้า ส่งเสริมให้สมาชิกเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

3. การมีทักษะการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม คือ การคิดริเริ่มกระทำสิ่งใหม่ ที่หลากหลาย น้อมรับการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมให้สมาชิกมีการพัฒนางาน จนเกิดนวัตกรรมขึ้น ประกอบด้วย (1) การคิดหาวิธีใหม่ ๆ ในการเรียนและการทำโครงการงาน (2) การลองทำสิ่งใหม่ ๆ แม้ว่าจะยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน (3) การมีความสามารถในการนำความคิดจากแหล่งต่าง ๆ มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ (4) ความกล้าคิด กล้าฝัน และท้าทายตัวเองในการทำสิ่งที่ไม่เคยทำ และ (5) การออกแบบหรือสร้างชิ้นงานที่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดของ [22] ปรีวิวัฒน์ ยืนยง (2563) ระบุว่า ผู้นำที่ดีต้องมีความสามารถในการกำหนดทิศทางที่มีความทันสมัย มีความสามารถในการใช้นวัตกรรมได้เป็นอย่างดี [23] ยินดี ฮานาพิ (2562) ระบุว่า ผู้นำควรเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นประโยชน์ จนสมาชิกได้เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ และ [19] พลธาวิณ วัชรพรธำรงค์และคณะ (2565) ระบุว่า ผู้นำเชิงนวัตกรรมต้องนำพาองค์กรด้วยกระบวนการคิด การปฏิบัติงาน ส่งเสริมการหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมเชิงนวัตกรรม คือ การเป็นผู้ที่รู้จักการทำงานเป็นทีม สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการทำงานร่วมกัน ประกอบด้วย (1) การทำงานร่วมกับเพื่อนได้อย่างราบรื่น และช่วยกันพัฒนาไอเดียใหม่ ๆ (2) การยอมรับฟังความคิดเห็นของเพื่อน แม้ว่าจะไม่ตรงกับความคิดของตนเอง (3) การมีบทบาทเป็นทั้งผู้นำและผู้ตามที่ดีเมื่อทำงานกลุ่ม (4) การรู้จักแบ่งหน้าที่และช่วยกันทำงานอย่างเป็นระบบ และ (5) การช่วยกระตุ้นให้เพื่อน ๆ ในกลุ่มคิดหาวิธีการทำงานที่สร้างสรรค์ สอดคล้องกับแนวคิดของ [24] ธัญกร ศรีสุข และธมนันตี ประยูรพันธ์ (2566) ระบุว่า ผู้นำที่ดีต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อสมาชิก เป็นตัวอย่างที่ดีในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ส่งเสริมให้เกิดการยอมรับและเสริมแรงต่อทีมงานที่มีผลการสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรมที่ดี [16] นิโรจน์ ทองรักจันทร์ และคณะ (2567) ระบุว่า การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมเชิงนวัตกรรม มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) กำหนดเป้าหมายร่วมกัน (2) สร้างความไว้วางใจ (3) มีส่วนร่วมดำเนินงานในทีม และ (4) กำหนดบทบาท มอบหมายงานที่ชัดเจน และ [20] สมพงษ์ เชือกพรหม และคณะ

(2565) ระบุไว้ว่าภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม ส่งผลต่อองค์การที่มีสมรรถนะสูง การระดมความคิดเห็นของสมาชิกในองค์การ เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกได้ตัดสินใจ และสร้างสรรค์นวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การบริหารความเสี่ยงและกล้าตัดสินใจ คือ การกล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจ ยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น สามารถประเมินผลที่อาจเกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจต่อการพัฒนานวัตกรรม ประกอบด้วย (1) ความกล้าตัดสินใจเลือกแนวทางในการทำโครงการหรือการเรียนของตนเอง (2) ความกล้าลองทำสิ่งใหม่ แม้ว่าจะไม่แน่ใจว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ (3) การยอมรับและเรียนรู้จากความผิดพลาดของตนเองและผู้อื่น (4) ความสามารถปรับเปลี่ยนแผนการเรียนรู้หรือแนวทางการทำงานเมื่อพบว่าแนวทางเดิมไม่ได้ผล และ (5) ความพร้อมรับความท้าทายใหม่ ๆ และใช้มันเป็นโอกาสในการพัฒนาตนเอง สอดคล้องกับแนวคิดของ [22] ปริวัฒน์ ยืนยิ่ง (2563) ระบุไว้ว่า ผู้นำจะต้องกล้าทำหรือปฏิบัติงานในรูปแบบใหม่ ๆ ชอบความท้าทาย กล้าเสี่ยงบนหลักของเหตุและผล ไตร่ตรองได้อย่างรอบด้าน ก่อนการตัดสินใจ [25] อนุสรณ์ นามประดิษฐ์ และคณะ (2565) ระบุไว้ว่า ผู้นำต้องสามารถทดลองและเรียนรู้ความผิดพลาด ตัดสินใจในเรื่องประเด็นที่มีความเสี่ยง ในการปฏิบัติ ติดตามผล และสะท้อนผลสู่การปฏิบัติที่ยั่งยืน และ [23] ยินดี ฮานาฟี (2562) ระบุไว้ว่า การบริหารความเสี่ยง หรือเหตุการณ์ในอนาคต เมื่อเกิดขึ้นและส่งผลกระทบเชิงลบต่อองค์การ ผู้นำที่ดีต้องสามารถระบุความเสี่ยง ประเมินความเสี่ยง และจัดการความเสี่ยงหลังจากการพัฒนานวัตกรรมภายในองค์การได้

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

การเปลี่ยนแปลงสังคมในยุคดิจิทัลนั้น มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีตัวแปรที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้ต้องมีการปรับตัวโดยเฉพาะด้านการศึกษา ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การจัดการเรียนการสอนจึงควรพัฒนานักเรียนให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ส่งเสริมให้นักเรียนเป็นผู้นำด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อความมั่นคง พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ผู้นำที่ดีต้องสามารถโน้มน้าวให้สมาชิกในทีมเต็มใจที่จะปฏิบัติตามในการพัฒนานวัตกรรม สามารถชี้แจงเพื่อสร้างความเข้าใจภายในทีมให้เกิดการดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน เห็นคุณค่าของการพัฒนานวัตกรรมที่ดีกว่าเดิมและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคม

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมจะต้องมีวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรมนำสมาชิกภายในทีมให้สามารถปรับตัวพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง สามารถจัดหาและเลือกใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาตนเองและสมาชิกภายในทีม เพื่อพัฒนาตนเองและทีมงาน การสร้างบรรยากาศเชิงนวัตกรรมที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนความคิดและการเรียนรู้ร่วมกัน การมีทักษะการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดแนวทางใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนางาน การทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วมที่ช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจและการแบ่งบทบาทอย่างชัดเจน และสุดท้ายคือการบริหารความเสี่ยงและกล้าตัดสินใจที่ช่วยให้ผู้นำสามารถทดลองและปรับเปลี่ยนวิธีการได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวคิดเหล่านี้ได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยหลายเรื่อง ซึ่งเน้นย้ำถึงความสำคัญของการพัฒนาภาวะผู้นำให้สามารถนำพาทีมงานไปสู่ความสำเร็จในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาองค์ประกอบภาวะผู้นำของนักเรียนในสังกัดอื่น เช่น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมส่งเสริมการเรียนรู้ เป็นต้น
2. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม เช่น ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสังคม
3. ควรใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงพรรณนา โดยการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของนักเรียน

เอกสารอ้างอิง

- [1] Giles, S. (2018). *How VUCA is reshaping the business environment and what it means for innovation*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/sunniegiles/2018/05/09/how-vuca-is-reshaping-the-business-environment-and-what-it-means-for-innovation/>
- [2] สำนักพัฒนากิจกรรมนักเรียน (2558). *คู่มือการจัดกิจกรรมฝึกอบรมสถานนักเรียน*. โรงพิมพ์สำนักพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.
- [3] กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2561). *แผนแม่บทการพัฒนาศักยภาพของประชาชนไทยตามช่วงวัย พ.ศ. 2561-2579*. https://www.msociety.go.th/ewtdadmin/ewt/mso_web/article_attach/21617/21324.pdf
- [4] แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 - 2570. (2565,1 พฤศจิกายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 139 ตอนพิเศษ 258 ง, หน้า 1).
- [5] Weiss, D. S., & Legrand, C. (2011). *Innovative Intelligence: The Art and Practice of Leading Sustainable Innovation in Your Organization*. John Wiley & Sons Canada, Ltd.
- [6] สุกัญญา แซ่ม้อย. (2562). *การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [7] ปอรรักษ์ ยอดเณร. (2560). *ภาวะผู้นำกับการสื่อสารภายในตนเองสู่การเปลี่ยนแปลง*. <https://scn.ncath.org/articles/self-leadership-through-transformative-learning/>
- [8] ชำนาญ คำปัญญาสินชัย, สวัสดิ์ โพธิ์วัฒน์, และวิจิตรา วงศ์อนุสิทธิ์ (2560). *ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนในฝัน พุทธศักราช ๒๕๖๓*. *วารสารบริหารการศึกษาบัวบัณฑิต*, 17(1), 43-52. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/BUAJEAD/issue/view/16643/3949>
- [9] กฤติมา มะโนพรหม. (2562). *รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำที่แท้จริงของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน [วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษาดุสิตบัณฑิต]*. มหาวิทยาลัยพะเยา. updc. <https://updc.up.ac.th/server/api/core/bitstreams/dabad27c-bc3f-410c-9251-4d8bdc8c4888/content>
- [10] กนกวรรณ จันทนิมะ, อมร มะลาศรี, และสุพจน์ ดวงเนตร (2565). *การศึกษาภาวะผู้นำและแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 2*. *วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 10(39), 93-101.
- [11] สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา (2553). *แนวทางการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช ๒๕๕๐* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กระทรวงศึกษาธิการ.
- [12] วิจารณ์ พานิช. (ม.ป.ป.). *การสร้างการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่ 21*. <https://www.scbfoundation.com/stocks/5a/file/1381311572hbs6y5apdfการสร้างการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่ 21.pdf>
- [13] กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. http://academic.obec.go.th/images/document/1559878925_d_1.pdf
- [14] Hender, J. (2003). *Innovation leadership: Roles and key imperatives*. Grist Ltd.
- [15] Soper., D. (2024). *A-priori Sample Size for Structural Equation Models*. <https://www.danielsoper.com/statcalc/calculator.aspx?id=89>
- [16] นิโรจน์ ทองรักจันทร์, นิรันดร์ จุลทรัพย์, และจรัส อติวิทยากรณ์. (2567). *การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมผู้บริหารสถานศึกษาเอกชนยุคดิจิทัลในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย*. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, 35(2), 155-167.

- [17] ศราวุฒิ การิรัตน์, และชัยยนต์ เพาพาน. (2567). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสอนของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 3. *ศึกษา วารสารศึกษาศาสตร์*, 11(1), 163-177.
- [18] เชิดพงษ์ กองนาง, เอกราช โฆษิตพิมานเวช, และยิ่งยรรค์ หาพา. (2566). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา. *Journal of Modern Learning Development*, 9(6), 483-493.
- [19] พลธาวิน วัชรพรธำรงค์, ศศินันท์ ศิริธาดา กุลพัฒน์, ปรียานุช สุขบุญมาก, และวรัชญา ขมหวาน. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษากับคุณภาพชีวิตการทำงานของครูโรงเรียนคุณภาพประจำตำบล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 3. *วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 2(1), 17-30.
- [20] สมพงษ์ เชือกพรหม, พงนิย มั่งคั่ง, และอำนาจ บุญประเสริฐ. (2565). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรสมรรถนะสูงของโรงเรียน สังกัดสำนักงานการศึกษาเมืองพิทยา จังหวัดชลบุรี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 19(86), 123-139.
- [21] จิตินันท์ นันทะศรี, วาโร เฟิงสวัสดิ์, วไลนิกา ฉลากบาง, และพรเทพ เสถียรนพเก้า. (2562). การพัฒนาตัวบ่งชี้ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*, 14(3), 93-106.
- [22] ปรีวัฒน์ ยืนยง. (2563). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา วิทยาลัยเทคนิคอุบลราชธานี. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 4(3), 330-344.
- [23] ยินดี ฮานาฟี. (2562). แนวทางการส่งเสริมการมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมสำหรับครูโรงเรียนสามโคก สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา]. มหาวิทยาลัยรังสิต. rsuir. <https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/123>
- [24] ธันยาร ศรีสุม, และ ธมยันตี ประยูรพันธ์. (2566). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของบุคลากร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชายแดนใต้. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(2), 94-114.
- [25] อนุสรณ์ นามประดิษฐ์, ชูชีพ พุทธประเสริฐ, และสุทธิพงศ์ ยงค์มกล. (2565). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมแนวคิดและทฤษฎีสู่การปฏิบัติเพื่อการพัฒนาผู้บริหารโรงเรียนในเครือข่ายสารสนเทศ. *วารสาร มจร วิชาการล้านนา*, 12(1), 112-121.

การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ผ่านการสอนที่ประยุกต์ใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer)

The Development of English Paragraph Writing Skills among Upper Secondary School Students through the Integration of ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer)

อติปัตย์ บุญเหมาะ¹, และ ณัฐกริชฐา โกพิมา^{2*}

Atipat Boonmoh¹, and Natkristha Kophimai^{2*}

¹ คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

¹ School of Liberal Arts, King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bangkok, Thailand

^{2*} โรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ”, มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี, ประเทศไทย

^{2*} Piboonbumpen Demonstration School, Burapha University, Chonburi, Thailand

Received: April 8, 2025 Revised: July 8, 2025 Accepted: July 14, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาการพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร หลังจากรับการเรียนรู้ผ่านรูปแบบการสอนที่ประยุกต์ใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) 2. วิเคราะห์องค์ประกอบของการพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษที่ได้รับอิทธิพลจากการใช้ ChatGPT โดยพิจารณาจากโครงสร้างของย่อหน้า การใช้ไวยากรณ์ คำศัพท์ และความสอดคล้องของเนื้อหา และ 3. ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนต่อรูปแบบการสอนดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนนาหลวง กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2567 จำนวน 1 ห้องเรียน รวม 40 คน ซึ่งได้รับการคัดเลือกโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้จำนวน 2 แผน (แผนละ 2 ชั่วโมง รวม 4 ชั่วโมง) แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน เพื่อวัดพัฒนาการด้านการเขียน และ แบบสอบถามวัดความพึงพอใจของนักเรียนต่อการเรียนโดยใช้ ChatGPT ผลการวิจัยพบว่า การประยุกต์ใช้ ChatGPT ในการเรียนการสอนช่วยให้นักเรียนสามารถพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะด้านความถูกต้องทางไวยากรณ์ การจัดโครงสร้างของย่อหน้า และการเลือกใช้คำศัพท์ ส่งผลให้คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และ นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้ ChatGPT ในระดับเห็นด้วย โดยเฉพาะในด้านการช่วยให้การเขียนภาษาอังกฤษเป็นเรื่องง่ายขึ้น และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นถึง ศักยภาพของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการช่วยพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา และชี้ให้เห็นว่าการบูรณาการ ChatGPT ในการสอนสามารถเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาความสามารถทางภาษาอังกฤษของผู้เรียน

คำสำคัญ: การเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ มัธยมศึกษาตอนปลาย ChatGPT เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

* Corresponding author. Tel.: 098 456 3644

Email address: natkristha@bua.ac.th

Abstract

This study aimed to examine the development of English paragraph writing skills among higher secondary school students at a Bangkok Metropolitan Administration School after learning through the integration of ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) into instruction; to analyze the development of English paragraph writing skills influenced by the use of ChatGPT — specifically examining paragraph structure, grammar usage, vocabulary, and content coherence; and to assess students' satisfaction with this AI-assisted teaching approach. The study sample comprised 40 Grade 12 students from Naluang School, Bangkok, during the 2024 academic year, selected using simple random sampling. The research instruments included two instructional plans (each lasting two hours, totaling four hours of instruction), pre- and post-tests to measure writing proficiency, and a student satisfaction questionnaire. The findings revealed that the use of ChatGPT in instruction contributed to a clear improvement in students' English paragraph writing skills, particularly in grammatical accuracy, paragraph organization, and word choice. Post-instruction writing scores were consistently higher than pre-instruction scores, indicating noticeable progress in students' writing abilities. Additionally, the students indicated overall agreement with the ChatGPT-integrated instructional model, particularly appreciating its role in making English writing easier and more applicable to real-life contexts. These findings highlight the potential of artificial intelligence (AI) as a supportive tool in secondary-level English writing instruction and suggest that integrating ChatGPT into teaching can be an effective approach to enhancing students' writing ability in English.

Keywords: English paragraphs, Higher Secondary School, ChatGPT, AI-assisted

บทนำ

ระบบการศึกษาของไทยในยุคปัจจุบันนั้นเน้นให้มีการพัฒนาความรู้ ความสามารถทางภาษาอังกฤษ เพื่อให้คนไทยสามารถรับและเข้าใจข้อมูลข่าวสารและติดต่อสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นหลักสูตรการศึกษาระดับพื้นฐานในกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศจึงได้กำหนดให้มีการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในทุกช่วงชั้น สำหรับการเรียนการสอนภาษาอังกฤษนั้นจำเป็นต้องใช้ทักษะทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน [1] (Ahmed et al., 2023) ซึ่งทักษะเหล่านี้ต้องเกิดขึ้นอย่างสัมพันธ์กันเพื่อให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งทักษะที่ยากที่สุดในการเรียนภาษาอังกฤษ คือ ทักษะการเขียน เนื่องจากต้องใช้ทั้งความสามารถทางไวยากรณ์ การเลือกใช้คำศัพท์ที่เหมาะสม โครงสร้างประโยคที่ถูกต้อง และความสามารถในการสื่อความหมายอย่างชัดเจน [2] (Tran & Nguyen, 2022) การพัฒนาทักษะการเขียนที่ดีต้องอาศัยการฝึกฝนอย่างต่อเนื่องและการให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณภาพจากครูผู้สอน

อย่างไรก็ตาม ในบริบทของการศึกษาระดับมัธยมศึกษาในประเทศไทย การเรียนการสอนการเขียนภาษาอังกฤษยังคงเป็นความท้าทายที่ครูผู้สอนพบว่านักเรียนมักจะประสบปัญหาด้านการใช้ไวยากรณ์ที่ถูกต้อง การลำดับความคิด และการใช้คำศัพท์ที่เหมาะสม ทำให้การพัฒนาทักษะการเขียนของนักเรียนนั้นมีข้อจำกัด [3] (Thanarak, 2024) ซึ่งส่งผลกระทบต่อความมั่นใจและความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเชิงวิชาการ ของนักเรียน ในยุคดิจิทัลที่การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการสนับสนุนการเรียนการสอน

ภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะด้านการพัฒนาทักษะการเขียนด้วยเทคโนโลยีที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย เช่น Google Translate, Grammarly, และ ChatGPT ซึ่งเป็น Generative Pre-trained Transformer (GPT) หรือโมเดลสร้างภาษาอัตโนมัติที่ผ่านการฝึกฝนมาก่อน ด้วยเทคโนโลยีทรานส์ฟอร์เมอร์”ที่สามารถสร้างประโยคและข้อความ ที่มีความหมายได้โดยอัตโนมัติ [4] (ณัฐภัทร รัตนวิชัย, 2566)

งานวิจัยของ [5] Polakova and Ivenz (2024) ระบุว่า ChatGPT ช่วยให้นักเรียนสามารถพัฒนาทักษะการเขียนได้หลากหลายด้าน ทั้งไวยากรณ์ คำศัพท์ และความเชื่อมโยงของข้อความ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เรียน ESL ที่ต้องการคำแนะนำแบบเร่งด่วนและเฉพาะบุคคล นอกจากนี้ [6] Tajik and Tajik (2023) ยังพบว่า ChatGPT มีบทบาทในการเสริมสร้างทักษะการคิดเชิงลึก (deep learning) และการเรียนรู้แบบโต้ตอบ (interactive learning)

แม้ว่า ChatGPT จะมีศักยภาพในการสนับสนุนการเขียนภาษาอังกฤษของผู้เรียน แต่ก็มีข้อจำกัดและความเสี่ยงที่ควรพิจารณาอย่างรอบด้านเช่นกัน เช่น การพึ่งพา AI มากเกินไปอาจทำให้ผู้เรียนขาดการฝึกฝนกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างมีวิจารณญาณและพึ่งพาระบบโดยไม่ผ่านการกลั่นกรองข้อมูลด้วยตนเอง [7] (Chukwuere, 2024) งานศึกษาของ [8] Cao and Zhong (2023) ยังชี้ให้เห็นว่าแม้ ChatGPT จะให้ข้อเสนอแนะอย่างรวดเร็วและแม่นยำ แต่ก็ยังขาดการให้ feedback ที่ลึกซึ้งและเฉพาะเจาะจงแบบที่ครูสามารถให้ได้

นอกจากนี้ มีความเสี่ยงด้านจริยธรรมในการใช้เนื้อหาที่สร้างจาก AI โดยไม่มีการตรวจสอบหรือปรับแก้ ซึ่งอาจนำไปสู่การคัดลอกผลงานโดยไม่ตั้งใจ [9] (Aljuaid, 2024) รวมถึงการใช้เครื่องมือเหล่านี้โดยไม่มีการกำกับที่เหมาะสมจากครู อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการเรียนรู้ในระยะยาว [5] (Polakova & Ivenz, 2024) งานวิจัยของ [10] Shaikh et al. (2023) ยังชี้ว่า ChatGPT แม้จะช่วยด้านคำศัพท์และโครงสร้างได้ดี แต่ยังขาดความสามารถในการส่งเสริมทักษะการคิดขั้นสูงซึ่งเป็นหัวใจของการเรียนรู้เชิงวิพากษ์ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีแนวทางที่การออกแบบการเรียนรู้โดยใช้ ChatGPT จะต้องมิกซ์ในการกำกับดูแล และส่งเสริมให้ผู้เรียนเรียนรู้อย่างมีวิจารณญาณ ไม่ใช่เพียงแครับข้อมูลจาก AI เท่านั้น

ChatGPT ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อให้สามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานผ่านข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีศักยภาพในการช่วยผู้เรียนปรับปรุงทักษะการเขียนผ่านการให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโครงสร้างประโยค ไวยากรณ์ และการเลือกใช้คำศัพท์ [9] (Aljuaid, 2024) ซึ่งมีงานวิจัยหลายฉบับที่ระบุว่า AI Writing Tools เช่น ChatGPT สามารถช่วยลดข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์และเสริมสร้างทักษะด้านการเขียนเชิงวิชาการของนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ [11] (Mohamed, 2025); [12] (Zamzam & Atta, 2024)

[7] Chukwuere (2024) ยังชี้ว่า ChatGPT มีความสามารถในการช่วยพัฒนาสไตล์การเขียนและการเรียบเรียงทางวิชาการของผู้เรียนผ่านการเสนอแนะแบบรอบด้าน ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้เรียนในระดับมัธยมและมหาวิทยาลัย

นอกจากนี้ ยังช่วยส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เชิงโต้ตอบ (interactive learning) ทำให้นักเรียนสามารถพัฒนาการเขียนของตนเองได้โดยอัตโนมัติผ่านการให้ ChatGPT ซึ่งเป็นเครื่องมือในการให้คำแนะนำ

[13] (Murray, 2023) งานวิจัยของ [8] Cao and Zhong (2023) ศึกษาการใช้ ChatGPT ในการช่วยให้ข้อเสนอแนะแก่นักเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับการให้ข้อเสนอแนะจากครูผู้สอน และพบว่า AI สามารถให้ข้อเสนอแนะที่แม่นยำและทันที่ ทำให้นักเรียนสามารถปรับปรุงการเขียนได้เร็วขึ้น นอกจากนี้การศึกษาของ [10] Shaikh et al. (2023) ระบุว่า ChatGPT มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษเชิงวิชาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการจัดลำดับแนวคิดและการเลือกใช้คำศัพท์

แม้ว่า ChatGPT จะได้รับการนำไปใช้ในระดับอุดมศึกษาอย่างแพร่หลายทั่วโลก [14] (Fitria, 2023) แต่ในประเทศไทยยังมีข้อจำกัดในการนำเทคโนโลยีนี้มาใช้ในระดับมัธยมศึกษา งานวิจัยของ [15] Sanmuang et al. (2024) ได้ศึกษาการใช้ ChatGPT ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนของนักเรียนผู้สูงอายุในจังหวัดสกลนคร และพบว่า นักเรียนสามารถพัฒนาทักษะด้านการเขียนภาษาอังกฤษได้ดีขึ้นเมื่อได้รับการฝึกฝนเกี่ยวกับการใช้ ChatGPT อย่างเหมาะสม ดังนั้นการนำ ChatGPT มาใช้ในห้องเรียนต้องมาพร้อมกับการฝึกอบรมที่เหมาะสมและถูกวิธีทั้งสำหรับครูและนักเรียน [13] (Murray, 2023) ครูจำเป็นต้องเรียนรู้วิธีใช้เครื่องมือนี้เพื่อสามารถนำมาสอนนักเรียนให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดความเสี่ยงในการพึ่งพา AI มากเกินไป [5] (Polakova & Ivenz, 2024) จากงานวิจัยของ [3] Thanarak (2024) พบว่าเมื่อครูได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการใช้ ChatGPT อย่างเหมาะสมและถูกวิธีแล้ว นักเรียนสามารถพัฒนาทักษะการเขียนของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากปัญหาการเขียนที่ไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์และการใช้เทคโนโลยีอย่างไม่เหมาะสม ส่งผลให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะการเขียนได้อย่างไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายผ่านการสอนที่ประยุกต์ใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) การวิจัยครั้งนี้มุ่งพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ร่วมกับ ChatGPT เพื่อเสริมสร้างความสามารถด้านการเขียนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษานี้จะช่วยระบุว่า การใช้ ChatGPT สามารถช่วยนักเรียนไทยในระดับมัธยมศึกษาได้อย่างไร ทั้งในด้านความถูกต้องของไวยากรณ์ โครงสร้างการเขียน การใช้คำศัพท์ และความสอดคล้องของเนื้อหา ซึ่งเป็นทักษะสำคัญที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาในระดับอุดมศึกษาและการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในอนาคต [3] (Thanarak, 2024) [12] (Zamzam & Atta, 2024)

เพื่อรองรับการดำเนินการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ โดยเฉพาะ กรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้เป็นกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นเองโดยอิงจากเนื้อหาของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ร่วมกับการวิเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับการเขียนภาษาอังกฤษและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยเฉพาะ ChatGPT ในการจัดการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ซึ่งเชื่อมโยงแนวคิดด้านหลักสูตร ตัวแบบการสอน และผลลัพธ์ที่ต้องการ ได้แก่ ความสามารถในการเขียนและความพึงพอใจของผู้เรียน

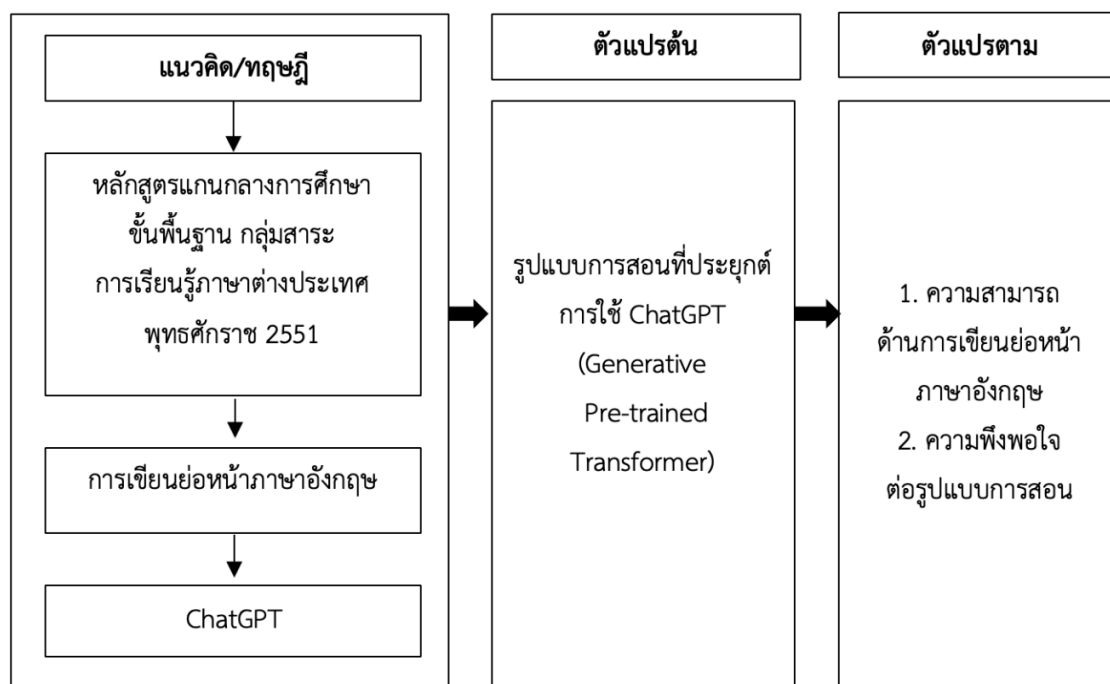
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร หลังจากการเรียนโดยใช้รูปแบบการสอนการประยุกต์ใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer)
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของการพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษที่ได้รับอิทธิพลจากการใช้ ChatGPT โดยพิจารณาจากโครงสร้างของย่อหน้า การใช้ไวยากรณ์ คำศัพท์ และความสอดคล้องของเนื้อหา
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร ต่อการเรียนการสอนย่อหน้าภาษาอังกฤษโดยใช้รูปแบบการสอนการประยุกต์ใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer)

สมมติฐานการวิจัย

ความสามารถด้านการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร หลังจากได้รับการฝึกอบรมการใช้ ChatGPT สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

ที่มา: [1] (Ahmed et al., 2023), [2] (Tran & Nguyen, 2022), [3] (Thanarak, 2024), [10] Shaikh et al. (2023)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถทางการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยการสอนการประยุกต์ใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) โดยใช้ แบบกลุ่มเดียววัดสองครั้ง (One Group Pretest-Posttest Design) เพื่อศึกษาการพัฒนาความสามารถด้านการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษของนักเรียนก่อนและหลังการเรียนรู้โดยใช้ ChatGPT และได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าธนบุรี หมายเลขใบรับรอง KMUTT-IRB-COE-2023-123

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนนาหลวง ซึ่งเป็นโรงเรียนในสังกัดสำนักงานศึกษากรุงเทพมหานคร ประจำปีการศึกษา 2567 โดยมีจำนวน 6 ห้องเรียน รวมทั้งสิ้น 240 คน

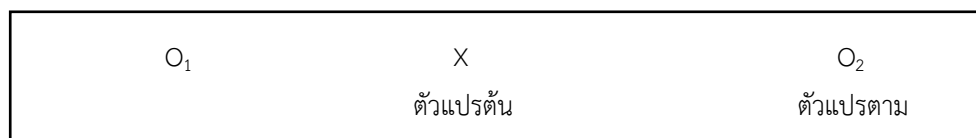
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนนาหลวง เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2567 จำนวน 1 ห้องเรียน ซึ่งได้รับการคัดเลือกโดยใช้วิธี การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยกำหนดให้ห้องเรียนเป็นหน่วยในการสุ่มตัวอย่าง (Cluster Sampling) จากกลุ่มประชากรทั้งหมด 6 ห้องเรียน กระบวนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดำเนินการโดยการจับกลุ่มนักเรียนแต่ละห้องแบบคลัสเตอร์ความสามารถ จากนั้นใช้วิธี สุ่มจับสลาก เพื่อเลือกห้องเรียนที่เข้าร่วมการศึกษา ห้องเรียนที่ถูกเลือกจะเป็นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษา รวมทั้งสิ้น 40 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบการสอนที่ประยุกต์การใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer)
2. ตัวแปรตาม ได้แก่
 - 2.1 ความสามารถในการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ
 - 2.2 ความพึงพอใจต่อรูปแบบการสอน

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบแผนการวิจัยแบบกลุ่มเดียววัดสองครั้ง (One Group Pre-test-Post-test Design)



สัญลักษณ์ที่ใช้ในแบบแผนวิจัย

X = รูปแบบการสอนที่ประยุกต์การใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer)

O = ทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้เครื่องมือ 3 ประเภทในการเก็บข้อมูล ได้แก่

1. แผนการสอนที่ประยุกต์ใช้ ChatGPT มีขั้นตอนในการพัฒนาและใช้ดังนี้

1.1 พัฒนาแผนการสอนจำนวน 2 แผน สำหรับพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ โดยออกแบบให้สอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) และเอกสารประกอบการสอนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

1.2 เขียนแผนการสอนประกอบด้วยหัวเรื่อง กำหนดเวลาเรียน สาระสำคัญ จุดประสงค์ กิจกรรมการเรียนรู้ สื่อการสอน และวิธีการวัดผล

1.3 ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พร้อมคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เพื่อประเมินความเหมาะสมของแผนการสอน ได้ค่าคะแนนความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80-1.00 ถือเป็นแผนการสอนที่อยู่ในเกณฑ์ใช้ได้

1.4 ทดลองใช้แผนการสอนกับกลุ่มตัวอย่างในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 และปรับปรุงเนื้อหาและวิธีการสอนตามผลการทดลอง

1.5 เขียนแผนการสอนรวมถึงการฝึกอบรมให้นักเรียนเรียนรู้การใช้ ChatGPT อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นให้เข้าใจว่า ChatGPT ไม่ใช่เครื่องมือสำหรับคัดลอกเนื้อหาเท่านั้น แต่สามารถใช้เป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาความสามารถด้านการเขียนอย่างเป็นระบบ นักเรียนได้รับการสอนเกี่ยวกับ: การสร้างบัญชี และการเข้าสู่ระบบ ChatGPT แนวทางการใช้ Prompt ที่มีประสิทธิภาพ เช่น "Use simple language. I am a Thai student learning English as a foreign language" หรือ "Please improve the idea without changing the main content" การพัฒนา Prompt ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น ขอให้ ChatGPT จัดลำดับความคิด เพิ่มตัวอย่างที่เหมาะสม และสร้างความเชื่อมโยงระหว่างประเด็นต่าง ๆ การอ่านและแก้ไขผลลัพธ์จาก ChatGPT โดยให้นักเรียนฝึกวิเคราะห์และปรับแต่งข้อความด้วยตนเอง

2. แบบทดสอบการเขียนย่อความภาษาอังกฤษ มีขั้นตอนดังนี้

2.1 ใช้แบบทดสอบก่อนและหลังเรียน (Pre-test และ Post-test) เพื่อวัดพัฒนาการของนักเรียนด้านการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ

2.2 กำหนดหัวข้อของแบบทดสอบจำนวน 5 หัวข้อ ให้นักเรียนเลือกเขียนเพียง 1 หัวข้อ จำนวนคำ 180 – 200 คำ ให้สอดคล้องกับมาตรฐานตัวชี้วัดของหลักสูตรและแนวทางการเรียนการสอนในระดับมัธยมศึกษา

2.3 ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน จากสาขาการสอนภาษาและการวัดและประเมินผลตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ความยากง่าย และความสอดคล้องของแบบทดสอบ พร้อมคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ปรับปรุงแบบทดสอบตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างก่อนนำไปใช้จริง โดยได้ค่าคะแนนความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.80-1.00 ถือเป็นแผนการสอนที่อยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ สำหรับในส่วนที่ได้ต่ำกว่า 0.80 ตัดทิ้ง ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนทั้งฉบับ เท่ากับ 0.89

3. แบบสอบถามวัดความพึงพอใจ มีขั้นตอนดังนี้

3.1 วัดความคิดเห็นของนักเรียนเกี่ยวกับรูปแบบการสอนที่ใช้ ChatGPT เพื่อพัฒนาทักษะการเขียนย่อความภาษาอังกฤษ

3.2 ใช้มาตรวัด Likert Scale 5 ระดับ รวม 9 ข้อ เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักเรียนได้อย่างชัดเจน เกณฑ์การประเมินความพึงพอใจแบ่งเป็น 5 ระดับ

4.61 - 5.00 หมายความว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.51 - 4.60 หมายความว่า เห็นด้วย

2.51 - 3.50 หมายความว่า ไม่แน่ใจ

1.51 - 2.50 หมายความว่า ไม่เห็นด้วย

1.00 - 1.50 หมายความว่า ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.3 แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญและนำไปทดลองใช้ก่อนการเก็บข้อมูลจริง โดยได้ค่าคะแนนความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.80-1.00 อยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ สำหรับในส่วนที่ได้ต่ำกว่า 0.80 ตัดทิ้ง ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามความพึงพอใจทั้งฉบับเท่ากับ 0.95

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนที่กำหนดไว้อย่างเป็นระบบ ดังนี้

1. ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการจัดการเรียนการสอนวิชาภาษาอังกฤษในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ณ โรงเรียนนาหลวง เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร

2. วิเคราะห์โครงสร้างและแนวทางของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) เพื่อให้แนวทางการสอนสอดคล้องกับมาตรฐานทางการศึกษา

3. จัดให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบก่อนเรียนการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ โดยใช้หัวข้อที่ได้รับการตรวจสอบและรับรองจากผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา จำนวน 5 หัวข้อ โดยให้นักเรียนเลือกเขียนเพียง 1 หัวข้อ จำนวนคำ 180 – 200 คำ ในขั้นแรกนักเรียนจะเป็นคนร่างข้อความขึ้นมาเอง จากนั้นถึงจะนำไปใช้กับ AI Tool อื่น ๆ เพื่อช่วยให้การเขียนประโยคภาษาอังกฤษให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

4. ตรวจสอบและวิเคราะห์โครงสร้าง รูปแบบการเขียน และข้อผิดพลาดที่พบในงานเขียนของนักเรียน เพื่อนำไปใช้ปรับปรุงแนวทางการสอนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. ปรับปรุงและเพิ่มเติมเนื้อหาในแผนการสอนให้เหมาะสม โดยอ้างอิงจากผลการวิเคราะห์งานเขียนของนักเรียน

6. จัดการเรียนการสอนโดยบูรณาการการประยุกต์ใช้ ChatGPT ในรายวิชาการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนนาหลวง โดยจัดทำแผนการสอนจำนวน 2 แผน โดยแต่ละแผนใช้เวลา 2 ชั่วโมง รวมระยะเวลาการสอนทั้งสิ้น 4 ชั่วโมง

7. หลังจากทำแบบทดสอบก่อนเรียน นักเรียนจะได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับวิธีใช้ ChatGPT อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถใช้เป็นเครื่องมือช่วยเขียนภาษาอังกฤษได้อย่างมีกลยุทธ์ และสามารถแก้ไข ปรับปรุง ข้อความที่ได้รับจาก AI ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม รวมถึงจริยธรรมในการใช้ AI และการไม่คัดลอกงานจาก AI

8. จัดให้มีการทำแบบทดสอบหลังเรียนการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษหลังจากที่นักเรียนผ่านการเรียนรู้ตามแผนการสอนที่กำหนด

9. ตรวจสอบแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน พร้อมเปรียบเทียบผลคะแนนของนักเรียน โดยมีผู้ตรวจแบบทดสอบจำนวน 2 คน

10. ให้นักเรียนตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการเรียนรู้ที่ใช้ ChatGPT ในการพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ

11. นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผลคะแนนแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนและแบบสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนมาสรุปผล เพื่อประเมินประสิทธิภาพของแผนการสอนและการใช้ ChatGPT เป็นเครื่องมือช่วยสอนในการพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายโดยการสอนการประยุกต์ใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 หัวข้อที่นักเรียนเลือกเขียนแสดงความคิดเห็น

รายการ	จำนวน นักเรียนที่เลือก	รหัสกลุ่ม	ร้อยละ
นักเรียนคิดว่าเงินสามารถนำมาซึ่งความสุขได้หรือไม่ (C)	13	(A1-A13)	32.5
นักเรียนควรแต่งเครื่องแบบไปโรงเรียนหรือไม่ (B)	10	(B1-B10)	25
การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีประโยชน์หรือไม่ (E)	9	(C1-C9)	22.5
เกมออนไลน์มีประโยชน์หรือไม่ (F)	4	(D1-D4)	10
โรงเรียนควรสอนนักเรียนเกี่ยวกับการบริหารจัดการทางการเงินหรือไม่ (A)	2	(E1-E2)	5
การเรียนออนไลน์มีประโยชน์หรือไม่ (D)	2	(F1-F2)	5
รวม	40		100

จากข้อมูลในตารางที่ 1 พบว่า หัวข้อที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ “นักเรียนคิดว่าเงินสามารถนำมาซึ่งความสุขได้หรือไม่?” ซึ่งมีนักเรียนเลือกเขียนในอัตราร้อยละ 32.5 สะท้อนให้เห็นว่าประเด็นด้านเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตเป็นสิ่งที่นักเรียนให้ความสนใจมากที่สุด หัวข้อที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือ “นักเรียนควรแต่งเครื่องแบบไปโรงเรียนหรือไม่?” ซึ่งมีนักเรียนเลือกเขียนคิดเป็นร้อยละ 25 ประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับชีวิตนักเรียนโดยตรง ทำให้เป็นหัวข้อที่สามารถเชื่อมโยงกับประสบการณ์จริงได้

ในทางตรงกันข้าม หัวข้อที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุด คือ “โรงเรียนควรสอนนักเรียนเกี่ยวกับการบริหารจัดการทางการเงินหรือไม่?” และ “การเรียนออนไลน์มีประโยชน์หรือไม่?” ซึ่งมีนักเรียนเลือกเพียงร้อยละ 5 ของกลุ่มตัวอย่าง อาจเป็นเพราะหัวข้อเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเชิงนโยบายมากกว่าประสบการณ์ส่วนตัวของนักเรียน

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน

คะแนน	จำนวน (คน)	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig
ก่อนเรียน	40	50	17.63	5.73	11.57	39	.00
หลังเรียน	40	50	33.85	4.87			

*หมายเหตุ: ใช้การทดสอบ t-test แบบ dependent sample ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 2 พบแนวโน้มว่าคะแนนหลังเรียน ($\bar{X}$ = 33.85, S.D. = 4.87) สูงกว่าคะแนนก่อนเรียน ($\bar{X}$ = 17.63, S.D. = 5.73) อย่างเห็นได้ชัด โดยผลการทดสอบ t-test พบว่าค่าคะแนนทั้งสองช่วงมีความแตกต่างกัน ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มของการพัฒนาความสามารถด้านการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษของนักเรียน หลังจากได้รับการจัดการเรียนรู้โดยประยุกต์ใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนโดยการประยุกต์ใช้ ChatGPT

องค์ประกอบการเขียน	คะแนนก่อนเรียน (10 คะแนน)	คะแนนหลังเรียน (10 คะแนน)
โครงสร้างของย่อหน้า (10 Points)	2.33	8.48
ไวยากรณ์และโครงสร้างของประโยค (10 Points)	2.93	8.13
คำศัพท์และการเลือกใช้คำ (10 Points)	3.38	7.05
ความสอดคล้องและความเป็นเหตุเป็นผลของเนื้อหา (10 Points)	2.43	7.42
คะแนนรวม (40 Points)	11.05	31.08

****หมายเหตุ** คะแนนที่นำเสนอเป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนโดยการประยุกต์ใช้ ChatGPT ของนักเรียนจำนวน 40 คน

ตารางที่ 3 นำเสนอการเปรียบเทียบคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนในด้านทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ ซึ่งแบ่งเป็น 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ โครงสร้างของย่อหน้า ไวยากรณ์และโครงสร้างของประโยค คำศัพท์และการเลือกใช้คำ และความสอดคล้องและความเป็นเหตุเป็นผลของเนื้อหา คะแนนของแต่ละองค์ประกอบอยู่ในช่วง 0-10 คะแนน โดยคะแนนรวมสูงสุดเป็นไปได้ที่ 40 คะแนน การเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการเรียนแสดงให้เห็นว่านักเรียนมีพัฒนาการด้านทักษะการเขียนอย่างชัดเจนในทุกองค์ประกอบ โดยคะแนนรวมเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 11.05 คะแนน เป็น 31.08 คะแนน ซึ่งแสดงถึงการพัฒนามีความสำคัญหลังจากได้รับการเรียนรู้ผ่าน ChatGPT

โครงสร้างของย่อหน้า: ก่อนการเรียนพบว่านักเรียนส่วนใหญ่ขาดการจัดลำดับเนื้อหาในย่อหน้าอย่างเป็นระบบ คะแนนเฉลี่ยในส่วนนี้อยู่ที่ 2.33 คะแนน อย่างไรก็ตาม หลังจากได้รับการสอนโดยใช้ ChatGPT นักเรียนสามารถเขียนย่อหน้าที่มีโครงสร้างชัดเจน มีการแบ่งย่อหน้าอย่างเหมาะสม และใช้คำเชื่อมโยงแนวคิดได้ดีขึ้น ส่งผลให้คะแนนเพิ่มขึ้นเป็น 8.48 คะแนน

ไวยากรณ์และโครงสร้างของประโยค: ก่อนเรียนพบว่ามึนักเรียนจำนวนมากที่มีข้อผิดพลาดด้านไวยากรณ์และรูปแบบประโยค คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนอยู่ที่ 2.93 คะแนน หลังจากเรียนโดยใช้ ChatGPT นักเรียนสามารถลดข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ได้อย่างชัดเจน มีความแม่นยำในการใช้ประโยคและโครงสร้างที่ซับซ้อนมากขึ้น คะแนนในส่วนนี้เพิ่มขึ้นเป็น 8.13 คะแนน

คำศัพท์และการเลือกใช้คำ: คะแนนก่อนเรียนในส่วนนี้อยู่ที่ 3.38 คะแนน สะท้อนให้เห็นว่านักเรียนมีการใช้คำศัพท์ที่จำกัดและบางครั้งเลือกใช้คำไม่เหมาะสม หลังจากการเรียน นักเรียนสามารถใช้คำศัพท์ได้อย่างหลากหลายและแม่นยำขึ้น ส่งผลให้คะแนนเพิ่มเป็น 7.05 คะแนน

ความสอดคล้องและความเป็นเหตุเป็นผลของเนื้อหา: นักเรียนก่อนเรียนยังขาดความสามารถในการเชื่อมโยงแนวคิดให้สอดคล้องกัน คะแนนเฉลี่ยในส่วนนี้อยู่ที่ 2.43 คะแนน แต่หลังจากใช้ ChatGPT นักเรียนสามารถเชื่อมโยงแนวคิดและลำดับความคิดได้ดีขึ้น ทำให้คะแนนเพิ่มเป็น 7.42 คะแนน

จากข้อมูลในตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ChatGPT มีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาทักษะการเขียนของนักเรียน โดยเฉพาะในด้าน โครงสร้างของย่อหน้าและความถูกต้องทางไวยากรณ์ ซึ่งเป็นสององค์ประกอบที่มีการพัฒนามากที่สุด

นักเรียนสามารถจัดลำดับความคิดในย่อหน้าได้ดีขึ้น มีการใช้ไวยากรณ์ที่ถูกต้องมากขึ้น และเลือกใช้คำศัพท์ได้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม ด้านคำศัพท์และความสอดคล้องของเนื้อหา ยังคงมีพื้นที่สำหรับการพัฒนาเพิ่มเติม โดยรวมแล้ว ผลลัพธ์ของการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า การใช้ ChatGPT ในการเรียนรู้การเขียนช่วยให้นักเรียนสามารถพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถนำไปใช้ในบริบทการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในระดับมัธยมศึกษาได้อย่างเป็นรูปธรรม

กรณีศึกษา: การเปรียบเทียบก่อนและหลังการใช้ ChatGPT (นักเรียน C)

เพื่อให้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจน ตารางที่ 3 แสดงตัวอย่างการเปรียบเทียบงานเขียนของนักเรียน C ทั้งก่อนและหลังเรียนตัวอย่างแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนที่เลือกเขียนแสดงความคิดเห็นในหัวข้อ “นักเรียนควรสวมใส่เครื่องแบบนักเรียนหรือไม่?” (หัวข้อ C)

Pre-Test (Student C)

"I agree because wear it and it looks clean and reduce inequality in society. Helps reduce the cost of having to buy and change clothes frequently because school uniforms can be worn over and over. It also saves time when getting dressed each day because uniforms look and when worn, you don't have to wear much to be beautiful.

Wearing a school uniform makes you look cute for your age without looking too grown up."

Post-Test (Student C)

"I believe that students should wear uniforms to school because they have many benefits. First, school uniforms make everyone equal. All students wear the same clothes, so no one feels bad about not having expensive outfits. This helps students focus more on their studies instead of their appearance.

Second, school uniforms help families save money. Parents do not need to buy many different clothes for school. Students can wear the same uniform every day, which is cheaper. Also, uniforms save time because students do not have to decide what to wear every morning.

Third, wearing a uniform helps students feel like they belong to the school. It creates a sense of unity and discipline. When everyone wears the same uniform, it makes the school look neat and organized.

In conclusion, school uniforms are a good idea because they make students equal, save money, and create a better learning environment. Schools should continue this rule so that students can focus on their education instead of what they wear."

นักเรียน (Student C) ได้นำคำสั่ง (prompts) ต่อไปนี้มาใช้ในการพัฒนาทักษะการเขียน ซึ่งเป็นแนวทางที่ได้รับการฝึกฝนจากการเรียนรู้การใช้ ChatGPT อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น *"This is what I wrote before. Please rewrite it in clear, simple English with better grammar and organization."* *"Make my writing stronger by adding good reasons and examples."* คำสั่งเหล่านี้ช่วยให้นักเรียนสามารถจัดลำดับความคิดอย่างเป็นระบบ พัฒนาความถูกต้องทางไวยากรณ์ และสร้างโครงสร้างงานเขียนที่ชัดเจนและมีเหตุผลมากขึ้น โดยใช้ ChatGPT เป็นเครื่องมือช่วยวิเคราะห์และปรับปรุงแนวคิด มากกว่าการใช้เป็นเครื่องมือผลิตเนื้อหาโดยตรง

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบองค์ประกอบของงานเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษก่อนและหลังเรียนด้วยการประยุกต์ใช้ ChatGPT ตัวอย่างแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนที่เลือกเขียนแสดงความคิดเห็นในหัวข้อ “Should students wear uniform to school?” หรือ “นักเรียนควรสวมใส่เครื่องแบบนักเรียนหรือไม่?” (หัวข้อ C)

องค์ประกอบ	ก่อนเรียน (นักเรียน C)	คะแนน 10	หลังเรียน (พัฒนาแล้ว)	คะแนน 10
โครงสร้างของย่อหน้า	ไม่ชัดเจน ขาดการจัดลำดับความคิด	2/10	มีโครงสร้างที่ชัดเจน ประกอบด้วยบทนำ เนื้อหา และบทสรุป	8/10
ไวยากรณ์และโครงสร้างของประโยค	มีข้อผิดพลาดด้านไวยากรณ์และโครงสร้างประโยค	3/10	แทบไม่มีข้อผิดพลาด โครงสร้างประโยคมีความหลากหลายขึ้น	8/10
คำศัพท์และการเลือกใช้คำ	คำศัพท์พื้นฐาน มีการใช้คำที่ไม่เหมาะสมบางส่วน	3/10	มีการเลือกใช้คำศัพท์ที่ถูกต้องและสละสลวยยิ่งขึ้น	9/10
ความสอดคล้องและความเป็นเหตุเป็นผลของเนื้อหา	การนำเสนอเนื้อหาขาดความต่อเนื่อง	2/10	ข้อมูลมีความลื่นไหล ลำดับความคิดเชื่อมโยงกันเป็นอย่างดี	8/10
คะแนนรวม (40 คะแนน)		10/40		33/40

ตารางที่ 4 แสดง การพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษของนักเรียน C ผ่านการเปรียบเทียบงานเขียนก่อนและหลังการเรียนโดยการประยุกต์ใช้ ChatGPT โดยพบว่ามีการพัฒนาอย่างชัดเจนในทุกองค์ประกอบของการเขียน โดยเฉพาะในด้าน โครงสร้างของย่อหน้า ไวยากรณ์และโครงสร้างของประโยค การเลือกใช้คำศัพท์ และความสอดคล้องของเนื้อหา มีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

ด้านโครงสร้างของย่อหน้า: ในงานเขียนก่อนเรียนของนักเรียน C ยังไม่มีการจัดวางลำดับความคิดที่เป็นระบบ เนื้อหาในการเขียนกระจัดกระจาย และไม่มีการแบ่งย่อหน้าที่ชัดเจน อย่างไรก็ตาม ในงานเขียนหลังเรียน พบว่ามีการจัดวางเนื้อหาที่เป็นระบบมากขึ้น โดยมีการแบ่งย่อหน้า แยกเป็นบทนำ เนื้อหา และบทสรุปที่ชัดเจน ทำให้นักเรียนมีคะแนนเพิ่มขึ้นจาก 2/10 เป็น 8/10

ด้านไวยากรณ์และโครงสร้างของประโยค: งานเขียนก่อนเรียนของนักเรียน C มีข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์หลายจุด มีการใช้ประโยคที่ไม่สมบูรณ์และขาดองค์ประกอบ เช่น "Wear it and it looks clean and reduce inequality in society." ซึ่งเป็นโครงสร้างที่ไม่ถูกต้อง หลังจากทีนักเรียนได้รับการฝึกด้วย ChatGPT แล้วนั้น นักเรียนสามารถปรับปรุง การใช้ไวยากรณ์และใช้ประโยคที่มีโครงสร้างสมบูรณ์และถูกต้อง คะแนนของนักเรียนจึงเพิ่มขึ้นจาก 3/10 เป็น 8/10

ด้านการเลือกใช้คำศัพท์: ในงานเขียนก่อนเรียนของนักเรียน C นักเรียนได้ใช้คำศัพท์ที่จำกัดและมีความซ้ำซ้อน เช่น "clean" และ "reduce inequality" แต่ไม่มีคำขยายหรือการอธิบายเพิ่มเติม ในขณะที่งานเขียนหลังเรียน พบว่ามีการใช้คำศัพท์ที่แม่นยำขึ้น และเพิ่มความซับซ้อนของภาษา เช่น "cost-effective choice" และ "sense of unity and discipline" ส่งผลให้คะแนนของนักเรียนเพิ่มขึ้นจาก 3/10 เป็น 9/10

ด้านความสอดคล้องและความเป็นเหตุเป็นผลของเนื้อหา: งานเขียนก่อนเรียนของนักเรียน C มีการลำดับเหตุการณ์ที่ไม่ชัดเจนและขาดการเชื่อมโยงระหว่างประโยค เช่น "Wearing a school uniform makes you look cute for

your age without looking too grown up." ซึ่งเป็นการให้เหตุผลที่ไม่สมบูรณ์ ซึ่งงานเขียนหลังเรียนมีการใช้คำเชื่อม เช่น "First," "Second," และ "Finally," ทำให้เนื้อหามีลำดับความคิดที่เป็นเหตุเป็นผลมากขึ้นและมีการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างประโยคได้ดีขึ้น คะแนนของนักเรียนจึงเพิ่มขึ้นจาก 2/10 เป็น 8/10

โดยรวม ผลจากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า การใช้ ChatGPT ช่วยให้นักเรียนสามารถพัฒนาโครงสร้างย่อหน้า ใช้ไวยากรณ์ได้ถูกต้องขึ้น เลือกใช้คำศัพท์ที่เหมาะสม และจัดลำดับเนื้อหาให้มีความสอดคล้องกันมากขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพของ AI ในการสนับสนุนการเรียนรู้ด้านการเขียนภาษาอังกฤษของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 5 วิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานครต่อการเรียนการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษโดยใช้รูปแบบโดยใช้รูปแบบการสอนการประยุกต์ใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1. ข้าพเจ้าคิดว่าการประยุกต์ใช้ ChatGPT ในการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ ทำให้ข้าพเจ้าเขียนภาษาอังกฤษได้ง่ายขึ้น	4.71	0.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. หลังจากเรียนวิชานี้แล้วข้าพเจ้าสามารถเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องตามหลักไวยากรณ์	4.22	0.47	เห็นด้วย
3. ข้าพเจ้าสนุกและได้รับความรู้ต่อกระบวนการจัดการเรียนการสอนในชั่วโมงเรียนภาษาอังกฤษ	4.51	0.63	เห็นด้วย
4. การเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน	4.63	0.48	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ข้าพเจ้าชอบเรียนวิชาภาษาอังกฤษมากขึ้น	4.24	0.96	เห็นด้วย

จากตารางที่ 5 ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร ต่อการเรียนโดยใช้รูปแบบการสอนการประยุกต์ใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) อยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจที่ได้ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง คือ ข้าพเจ้าคิดว่าการประยุกต์ใช้ ChatGPT ในการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ ทำให้ข้าพเจ้าเขียนภาษาอังกฤษได้ง่ายขึ้น ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.71) และการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.63) รองลงมาคือ ความพึงพอใจอยู่ในระดับเห็นด้วย ข้าพเจ้าสนุกและได้รับความรู้ต่อกระบวนการจัดการเรียนการสอนในชั่วโมงเรียนภาษาอังกฤษ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.51) และข้อที่นักเรียนมีความพึงพอใจเป็นลำดับสุดท้าย คือ หลังจากเรียนวิชานี้แล้วข้าพเจ้าสามารถเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.22)

สรุปดังนั้นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร ต่อการเรียนโดยใช้รูปแบบการสอนการประยุกต์ใช้ ChatGPT (Generative Pre-trained Transformer) อยู่ในระดับเห็นด้วย แสดงให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้ ChatGPT ในการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ ทำให้นักเรียนเขียนภาษาอังกฤษได้ง่ายขึ้น เขียนได้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ และนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

การอภิปรายผล

1. การพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษของนักเรียนโดยการประยุกต์ใช้ ChatGPT

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การใช้ ChatGPT สามารถช่วยให้นักเรียนพัฒนาทักษะการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากคะแนนเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นจาก 11.05 เป็น 31.08 คะแนน ครอบคลุมทุกองค์ประกอบของการเขียน ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างย่อหน้า ไวยากรณ์ คำศัพท์ และความสอดคล้องของเนื้อหา งานวิจัยนี้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ [5] Polakova and Ivenz (2024) ที่พบว่า การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการเรียนการสอนสามารถช่วยให้นักเรียนพัฒนาความถูกต้องของไวยากรณ์และโครงสร้างประโยคได้ดีขึ้น เนื่องจาก ChatGPT ให้ข้อเสนอแนะที่แม่นยำและสามารถระบุข้อผิดพลาดด้านไวยากรณ์และการใช้คำได้อย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับ [11] Mohamed (2025) ซึ่งพบว่า AI สามารถช่วยให้นักเรียนปรับปรุงโครงสร้างการเขียนและลดข้อผิดพลาดได้อย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม การใช้ AI ในการฝึกเขียนยังต้องอยู่ภายใต้การดูแลของครู เพื่อให้นักเรียนพัฒนาความสามารถทางภาษาของตนเองโดยไม่พึ่งพา AI มากเกินไป

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่าการใช้ AI เช่น ChatGPT ในการเรียนรู้การเขียนอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงบางประการ โดยเฉพาะในด้านจริยธรรมและการคิดวิเคราะห์ของผู้เรียน เช่น การคัดลอกเนื้อหาจาก AI โดยไม่ตระหนักถึงความเหมาะสม [9] Aljuaid (2024); [10] Shaikh et al. (2023) รวมถึงความกังวลว่า ผู้เรียนอาจพึ่งพาเครื่องมือมากเกินไป จนลดทอนทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ [7] Chukwuere (2024) ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ [5] Polakova and Ivenz (2024) ที่ระบุว่า การมีครูคอยกำกับและแนะนำควรยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญควบคู่กับการใช้เทคโนโลยี

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบของการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษ

จากผลการศึกษา พบว่า การพัฒนาด้านโครงสร้างย่อหน้าเป็นหนึ่งในจุดที่มีการเปลี่ยนแปลงชัดเจนที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 2.33 เป็น 8.48 คะแนน นักเรียนสามารถเขียนบทนำ เนื้อหา และบทสรุปได้อย่างชัดเจนขึ้น ทั้งมีการใช้คำเชื่อมโยง (transitions) อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ [12] Zamzam and Atta (2024) ที่ระบุว่า การใช้ AI ในการเรียนการสอนช่วยให้นักเรียนสามารถจัดลำดับแนวคิดได้เป็นระบบมากขึ้น

ในด้านไวยากรณ์ นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 2.93 เป็น 8.13 คะแนน สะท้อนให้เห็นว่านักเรียนสามารถเขียนประโยคที่มีความหลากหลายและถูกต้องตามหลักไวยากรณ์มากขึ้น สิ่งนี้ได้สอดคล้องกับการศึกษาของ [1] Ahmed et al. (2023) ที่พบว่า ChatGPT สามารถช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะการเขียนภาษาอังกฤษเฉพาะทาง (ESP) ได้ดีขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของการใช้โครงสร้างประโยคให้ถูกต้องและเหมาะสมกับบริบท ซึ่ง [10] Shaikh et al. (2023) ตั้งข้อสังเกตว่าการใช้ AI เพื่อฝึกเขียนอาจทำให้นักเรียนเกิดความพึ่งพาเครื่องมือมากเกินไปและส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแก้ไขข้อผิดพลาดด้วยตนเอง

ในด้านคำศัพท์ นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 3.38 เป็น 7.05 คะแนน โดยสามารถเลือกใช้คำที่ถูกต้องและมีความซับซ้อนมากขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ [9] Aljuaid (2024) ที่พบว่า AI สามารถช่วยให้นักเรียนพัฒนาทักษะด้านคำศัพท์ได้ดีขึ้นผ่านการโต้ตอบกับระบบ อย่างไรก็ตาม [13] Murray (2023) ตั้งข้อสังเกตว่าการใช้ AI ในการเรียนภาษาอาจทำให้นักเรียนขาดโอกาสในการฝึกฝนการเลือกใช้คำด้วยตนเอง และอาจลดทอนทักษะการคิดวิเคราะห์ในการเลือกใช้คำศัพท์ที่เหมาะสม ดังนั้น แม้ ChatGPT จะช่วยพัฒนาเรื่องคำศัพท์ได้ดี แต่ยังคงต้องใช้ควบคู่กับกิจกรรมการเรียนรู้แบบดั้งเดิม

ส่วนในด้านความสอดคล้องและความเป็นเหตุเป็นผลของเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 2.43 เป็น 7.42 คะแนน โดยนักเรียนสามารถเชื่อมโยงแนวคิดและลำดับความคิดได้ดีขึ้น มีการใช้คำเชื่อมโยง (cohesive devices) อย่างถูกต้อง ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ [14] Fitria (2023) ที่ระบุว่า การใช้ AI ในการเรียนรู้ช่วยพัฒนาทักษะด้านการลำดับความคิดและการนำเสนอเนื้อหาอย่างมีเหตุผล

3. ความพึงพอใจของนักเรียนต่อการเรียนการสอนด้วย ChatGPT

ผลการศึกษายังแสดงให้เห็นว่านักเรียนมีความพึงพอใจสูงต่อการใช้ ChatGPT ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะด้านการช่วยให้เขียนได้ง่ายขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.71) และการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน (ค่าเฉลี่ย 4.63) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ChatGPT เป็นเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และเพิ่มความมั่นใจในการเขียนของนักเรียน ผลลัพธ์นี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ [15] Sanmuang et al. (2024) ซึ่งศึกษาการใช้ ChatGPT ในกลุ่มนักเรียนผู้สูงอายุชาวไทย พบว่าการใช้ ChatGPT ทำให้ผู้เรียนมีความมั่นใจมากขึ้นในการใช้ภาษาอังกฤษและสามารถนำไปใช้ในบริบทได้จริง เช่น การประชาสัมพันธ์สินค้าในชุมชน การแปลภาษา และการสื่อสารออนไลน์

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้เรียนจะพึงพอใจกับ ChatGPT แต่พบว่าจะเกิดความถูกต้องด้านทางไวยากรณ์ที่เพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.22) ยังไม่สูงที่สุดในบรรดาหัวข้อการวัดและประเมินผล ซึ่งอาจเป็นเพราะ AI ช่วยให้ผู้เรียนสร้างประโยคได้ดีขึ้น แต่ยังคงมีการพัฒนาทักษะการตรวจสอบความถูกต้องของโครงสร้างภาษาเพิ่มเติม [5] Polakova and Ivenz (2024) ได้เสนอว่าแม้ AI สามารถช่วยพัฒนาโครงสร้างการเขียนได้ดีขึ้น แต่การที่มีครูหรือผู้สอนให้คำแนะนำในการเขียนภาษาอังกฤษเพิ่มเติมก็ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเสริมสร้างทักษะด้านภาษาให้แม่นยำยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรพัฒนาแนวทางการสอนการเขียนย่อหน้าภาษาอังกฤษและการเขียนภาษาอังกฤษในรูปแบบอื่น เช่น เรียงความ รายงาน หรือจดหมายธุรกิจ เป็นต้น โดยใช้ ChatGPT เป็นเครื่องมือเสริมในการเรียนรู้ ไม่ใช่การทดแทนการสอนแบบปกติ ครูควรมีบทบาทในการกำกับดูแลนักเรียน ให้คำแนะนำเกี่ยวกับข้อจำกัดของ AI และสอนให้นักเรียนตรวจสอบคำตอบที่ได้จาก ChatGPT เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด
2. ควรจัดอบรมครูภาษาอังกฤษให้สามารถใช้ ChatGPT และ AI อื่น ๆ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้ครูสามารถนำ AI มาใช้เป็นเครื่องมือช่วยสอนได้โดยไม่กระทบต่อกระบวนการพัฒนาทักษะทางภาษาธรรมชาติของนักเรียน
3. ควรมีแนวทางป้องกันการใช้ AI เพื่อ "คัดลอก" หรือ สร้างเนื้อหาโดยไม่ผ่านกระบวนการคิดของตนเอง ควรเน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกการใช้ AI เพื่อฝึกฝนและพัฒนาแนวคิดของตนเอง ไม่ใช่เพียงคัดลอกคำตอบโดยที่ไม่เข้าใจเนื้อหา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาผลกระทบของ ChatGPT ต่อการพัฒนาทักษะการเขียนโดยไม่มีกลุ่มควบคุม (control group) ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษาที่มีข้อจำกัดในการสรุปว่า ChatGPT เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อพัฒนาการทักษะด้านการเขียนของนักเรียน
2. การศึกษานี้มีระยะเวลาเพียง 4 ชั่วโมง ในการฝึกอบรมการเขียนโดยใช้ ChatGPT ดังนั้น อาจยังไม่สามารถสะท้อนถึงผลกระทบระยะยาวต่อการพัฒนาทักษะการเขียนของนักเรียนได้อย่างครบถ้วน
3. งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจไม่สามารถใช้เป็นตัวแทนของนักเรียนกลุ่มอื่น ๆ เช่น นักเรียนในโรงเรียนต่างจังหวัดหรือระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผลการวิจัยนี้อาจไม่สามารถนำไปสรุปในภาพรวมของผู้เรียนภาษาอังกฤษทุกกลุ่มได้
4. นักเรียนที่เข้าร่วมการศึกษานี้ อาจมีความแตกต่างกันในเรื่องของ ความคุ้นเคยในการใช้ AI และ ChatGPT ซึ่งอาจส่งผลให้ผลลัพธ์ของการวิจัยมีความแตกต่างกัน โดย นักเรียนที่เคยใช้ AI มาก่อนอาจมีแนวโน้มพัฒนาได้เร็วกว่า เมื่อเทียบกับนักเรียนที่ไม่มีประสบการณ์มาก่อน

เอกสารอ้างอิง

- [1] Ahmed, S. M. A. A., Taha, A. R. A., Hussain, S., & Hayat, A. (2023). Enhancing the teaching and learning of English for Specific Purposes (ESP) with ChatGPT. *International Journal of Technology and Education Research*, 1(3), 40–49.
- [2] Tran, T. T. T., & Nguyen, H. B. (2022). The effects of paraphrasing on EFL students' academic writing. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 18(1), 976–987. Doi: 10.52462/jlls.233
- [3] Thanarak, S. (2024). Using artificial intelligence technology (ChatGPT) to promote writing skills. *Journal of Applied Education*, 2(2), 95–110. <https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JAE/article/view/213>
- [4] ณัฐภัทร รัตนวิชัย. (2566). ChatGPT แห่ทบทอท้อจริยะ...ถามอะไรตอบได้. ศูนย์ความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีปิโตรเคมี และวัสดุ <https://petromat.org/home/chatgpt-ai-chatbot/>
- [5] Polakova, P., & Ivenz, R. (2024). AI in education: Improving grammar and structure in student writing. *Computers & Learning*, 30(5), 221–240. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2410101>
- [6] Tajik, E., & Tajik, F. (2023). A comprehensive examination of the potential application of ChatGPT in higher education institutions. *TechRxiv*. <https://doi.org/10.36227/techrxiv.22589497>
- [7] Chukwuere, J. E. (2024). The use of ChatGPT in higher education: The advantages and disadvantages. *arXiv preprint arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2403.19245>
- [8] Cao, S., & Zhong, L. (2023). Exploring the effectiveness of ChatGPT-based feedback compared with teacher feedback and self-feedback: Evidence from Chinese to English translation. *arXiv preprint arXiv:2309.01645*.
- [9] Aljuaid, H. (2024). The impact of artificial intelligence tools on academic writing instruction in higher education: A systematic review. *Arab World English Journal (AWEJ) Special Issue on ChatGPT*, <https://dx.doi.org/10.24093/awej/ChatGPT.2>
- [10] Shaikh, S., Yayilgan, S. Y., Klimova, B., & Pikhart, M. (2023). Assessing the usability of ChatGPT for formal English language learning. *European Journal of Investigative Health, Psychology, and Education*, 13, 1937–1960. <https://doi.org/10.3390/ejihpe13090140>
- [11] Mohamed, A. (2025). Enhancing postgraduate digital academic writing proficiency through AI. *Advances in Higher Education Research*, 12(1), 101–120. <https://doi.org/10.1080/10494820.2025.2454445>
- [12] Zamzam, R., & Atta, M. (2024). The role of ChatGPT as an AI: Students' perceptions, experiences, and satisfaction level. *International Journal of AI and Education*, 8(1), 55–70. [https://doi.org/10.35484/ahss.2024\(5-1\)39](https://doi.org/10.35484/ahss.2024(5-1)39)
- [13] Murray, N. (2023). ChatGPT in the English classroom. *Teaching and Learning Excellence through Scholarship*, 3(1). <https://doi.org/10.52938/tales.v3i1.2890>
- [14] Fitria, T. N. (2023). Artificial intelligence (AI) technology in OpenAI ChatGPT application: A review of ChatGPT in writing English essay. *ELT Forum: Journal of English Language Teaching* 12(1), 44–58. <https://doi.org/10.15294/elt.v12i1.64069>
- [15] Sanmuang, K., Boonmoh, A., Inree, T., & Kha-angku, P. (2024). Exploring ChatGPT prompts used by Thai EFL elderly students to promote community products and their attitudes towards ChatGPT: Case study of Sakon Nakhon School for the elderly, Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 45(4), 1269–1278. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kjss/article/view/276995/186577>

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี

Factors Influencing the Desire to Participate in Creative Tourism Activities Among Transitional-Era Tourists: A Case Study of the Ancient City of U-Thong, Suphan Buri Province

ธารณี นวสนธิ¹, ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ², ธง คำเกิด³, สัมพันธ์ สุกใส⁴, และ สุขุม คงดิษฐ์^{5*}

Tharaneer Nawatnatee¹, Thanarat Rattanapongtara², Thong Khamkerd³, Samphan Suksai⁴, and Sukhum Kongdit^{5*}

^{1, 2, 4, 5*} คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, พระนครศรีอยุธยา, ประเทศไทย

^{1, 2, 4, 5*} Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Phra Nakhon Sri Ayutthaya, Thailand

³ คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, สุพรรณบุรี, ประเทศไทย

³ Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Suphanburi, Thailand

Received: September 5, 2025 Revised: December 23, 2025 Accepted: January 8, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี และ (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่าน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางแบบครอบครัวเพื่อพักผ่อนระยะสั้น ใช้รถยนต์ส่วนตัว และเลือกแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อสังคมออนไลน์ กิจกรรมยอดนิยม ได้แก่ การถ่ายภาพ/เช็คอิน การซื้อสินค้าชุมชน การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น และการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยมีระดับความต้องการต่อกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.62) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพบว่า เพศ ($\beta = 0.462$, $p < .01$) และระดับการศึกษา ($\beta = 0.462$, $p < .01$) เป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความต้องการอย่างมีนัยสำคัญ และกิจกรรมที่มีอิทธิพลต่อความต้องการการเข้าร่วม ได้แก่ การเรียนรู้วัฒนธรรม ($\beta = 0.177$, $p < .01$), การถ่ายภาพ/เช็คอิน ($\beta = 0.212$, $p < .01$), การซื้อสินค้าชุมชน ($\beta = 0.224$, $p < .01$) และการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ($\beta = 0.262$, $p < .01$) โดยตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 52.9 ($R^2 = 0.529$, Adjusted $R^2 = 0.524$) ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

คำสำคัญ: กิจกรรมการท่องเที่ยว, ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, ท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่าน, เมืองโบราณอุททอง, จังหวัดสุพรรณบุรี

* Corresponding author. Tel.: 084 372 3773

Email address: sukhum.k@rmutsb.ac.th

Abstract

This quantitative study aimed to (1) examine the forms of creative community-based tourism activities in the special tourism area of the ancient city of U-Thong, Suphan Buri Province, and (2) investigate the factors influencing transitional-era tourists' desire to participate in such activities. The sample consisted of 400 Thai tourists. Data were collected using a structured questionnaire and analyzed using descriptive statistics and stepwise multiple regression analysis. The behavioral findings revealed that most tourists preferred short family trips by private car and relied on social media as their primary source of travel information. The most popular activities included taking photos/checking in, purchasing local products, learning about local culture, and religious worship. Overall, tourists' desire to participate in creative tourism activities was at the highest level ($\bar{x} = 4.43$, S.D. = 0.62). The regression analysis indicated that gender ($\beta = 0.462$, $p < .01$) and education level ($\beta = 0.462$, $p < .01$) were significant personal factors. Moreover, four types of activities significantly influenced tourists' desire: cultural learning ($\beta = 0.177$, $p < .01$), photo-taking/checking in ($\beta = 0.212$, $p < .01$), purchasing local products ($\beta = 0.224$, $p < .01$), and religious worship ($\beta = 0.262$, $p < .01$). The independent variables explained 52.9% of the variance in tourists' desire ($R^2 = 0.529$, adjusted $R^2 = 0.524$). The results provide practical implications for designing creative tourism activities that effectively respond to the needs of transitional-era tourists and promote sustainable community-based tourism in secondary cities.

Keywords: Tourism Activities, Creative Tourism, Transitional-Era Tourism, U-Thong Ancient City, Suphan Buri Province

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย อย่างไรก็ตาม แม้ในปี 2567 ประเทศไทยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ถึง 35.54 ล้านคน และสร้างรายได้กว่า 1.67 ล้านล้านบาท แสดงให้เห็นถึงการฟื้นตัวหลังโควิด แต่ยังคงต่ำกว่าระดับก่อนเกิดวิกฤตโควิดในปี 2562 [1] (The Standard, 2567) ขณะเดียวกันตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำรายได้รวมกว่า 9.5 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 12 จากปีก่อน [2] (BangkokBizNews, 2567) จากวิกฤตโควิดที่เกิดขึ้นมาแล้วนั้นนำไปสู่การเปลี่ยนผ่านของรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นความยืดหยุ่น ความยั่งยืน และการตอบสนองความต้องการเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่

ยุคเปลี่ยนผ่านของการท่องเที่ยวหมายถึงช่วงเวลาที่อุตสาหกรรมต้องปรับตัวรองรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุค Millennials ที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น [3] (นิตยา จันทะรัตน์, และวรรณ แสงศรีจันทร์, 2564), [4] (ลลิตา นวกิจไพฑูรย์ และคณะ, 2564) นอกจากนี้ยังหมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมสะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม ไปสู่การท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์ วัฒนธรรม ความยั่งยืน และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงสูงจากผลกระทบของโควิด-19 สอดคล้องกับแนวคิด Creative Tourism ของ [5] (Richards, 2020) ที่เน้นการออกแบบพื้นที่ท่องเที่ยวโดยชุมชน (creative placemaking) เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพเชิงสร้างสรรค์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวโน้มนี้สะท้อนถึงยุทธศาสตร์ของ [6] (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) ที่ส่งเสริมการพัฒนา “การท่องเที่ยววิถีใหม่” ผ่านกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพสูง ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตดั้งเดิมที่สามารถต่อยอดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การฝึกกวนกาละแม การเดินป่า หรือการเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ [7] (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

อย่างไรก็ดี หลายชุมชนยังขาดความเข้าใจในพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ส่งผลให้การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวไม่สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง [8] (ธารรัตน์ มหาพันธ์ และ นิรมล สัมมัตตะ, 2567) และ [9] (เมธาวี จำเนียร, 2563) ขณะเดียวกัน [10] (Pine & Gilmore, 2021) ชี้ว่าการออกแบบประสบการณ์ที่มีคุณภาพจำเป็นต้องเชื่อมโยงอารมณ์ ความทรงจำ และตัวตนของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวก และการบอกต่ออย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การออกแบบกิจกรรมในยุคเปลี่ยนผ่านควรตั้งอยู่บนพื้นฐานการทำความเข้าใจพฤติกรรม แรงจูงใจ และการสื่อสารของนักท่องเที่ยวตลอดเส้นทางการเดินทาง [11] (นิชฌามณ์ สุวรรณศรี และ เสาวลักษณ์ ใจหล้า, 2563) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการชุมชนยังควรมีศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์และระบบการวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของตลาด [12] (พิเชษฐ์ จุลรอด และ ปิยภัสร จารุสวัสดิ์, 2568) จากการทบทวนวรรณกรรม พบช่องว่างขององค์ความรู้ที่สำคัญ ดังนี้ (1) ขาดการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่เชื่อมโยงระหว่างรูปแบบกิจกรรมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านในเมืองรอง (2) แนวคิด นักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่าน ยังไม่ถูกนิยามหรือทดสอบในเชิงประจักษ์อย่างชัดเจนในบริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน (3) ยังไม่มีการศึกษาที่นำผลการวิเคราะห์มาสนับสนุนการออกแบบกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนให้ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยว

จากบริบทดังกล่าว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงการศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในยุคเปลี่ยนผ่าน เพื่อพัฒนากิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นแนวคิดที่เน้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา จัดการ และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างรายได้และรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น งานวิจัยของ [13] (ชุตตา วิมุททายน, 2567) ได้นำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเน้นการบูรณาการการจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ และการสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ยังขาดการศึกษาเชิงลึกที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ซึ่งเป็นช่องว่างที่ควรได้รับการพิจารณาเพิ่มเติม

2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมที่สะท้อนถึงวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตท้องถิ่น เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีคุณค่าและยั่งยืน งานวิจัยของ [14] (จิตรภรณ์ เถรวัตร และคณะ, 2568) ได้ศึกษาและชี้ให้เห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการของชุมชน โดยเน้นการเชื่อมโยงทรัพยากรทางวัฒนธรรมกับการออกแบบกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่ผ่านมาเน้นบริบทเฉพาะพื้นที่และยังขาดการเชื่อมโยงกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณภาพ

3. แนวคิดพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเดินทางและการเลือกใช้บริการท่องเที่ยว โดยแรงจูงใจอาจเกิดจากปัจจัยผลักดัน เช่น ความต้องการพักผ่อน หรือปัจจัยดึงดูด เช่นเสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือคุณภาพการบริการ งานวิจัยของ [15] (นฤพร ชูสุวรรณ และ วสันต์ สกฤตกิจกาญจน์, 2566) พบว่า การสื่อสารการตลาดและคุณภาพการบริการมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจและความภักดีของนักท่องเที่ยว ขณะที่ [16] (ปิยะภรณ์ ไพทยาภรณ์ และ สาวินีย์ พลเยี่ยม, 2567) ชี้ว่า กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมมีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันซีอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้จำเป็นต้องมีการศึกษาเชิงบูรณาการที่เชื่อมโยงพฤติกรรมและแรงจูงใจเข้ากับการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนและเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า แม้จะมีงานศึกษาด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แต่ยังขาดการบูรณาการที่เชื่อมโยงข้อมูลนักท่องเที่ยวกับศักยภาพของชุมชนอย่างเป็นระบบ การศึกษานี้จึงใช้ทั้งสามแนวคิดเป็นกรอบในการวิเคราะห์และออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทองให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านและสร้างคุณค่าเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนของเขตพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์อำนาจการทดสอบ (Power Analysis) ด้วยโปรแกรม G*Power เพื่อประเมินขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่เหมาะสมต่อการวิเคราะห์เชิงอนุมาน โดยเฉพาะการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเป็นสถิติหลักของงานวิจัย ผลการวิเคราะห์โดยใช้ขนาดอิทธิพลปานกลาง ($f^2 = 0.15$) ระดับนัยสำคัญ .05 อำนาจการทดสอบ .80 และจำนวนตัวแปรอิสระ 15 ตัว พบว่า ควรมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 139 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อเพิ่มความแม่นยำและลดข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จริงเท่ากับ 400 คน ซึ่งมากกว่าขนาดขั้นต่ำที่คำนวณได้อย่างเพียงพอ ทำให้ผลการวิเคราะห์มีความเชื่อมั่นสูงขึ้น ในด้านการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยอาศัยเทคนิคการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่วิจัยที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวหมุนเวียนและไม่สามารถระบุกรอบประชากรที่

ชัดเจนได้ ผู้ให้ข้อมูลถูกคัดเลือกจากผู้วิจัยพบเจอในพื้นที่จริง และต้องมีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ของประชากรเป้าหมาย รวมทั้งสมัครใจเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยข้อความ 6 ข้อ 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้เปลี่ยนผ่านประกอบด้วยข้อความ 10 ข้อ 3) ความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้เปลี่ยนผ่านที่มีต่อรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วยข้อความ 9 ข้อ และ 4) ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติม โดยตอนที่ 1 เป็นข้อความแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 มาตราส่วนประมาณค่า กำหนดตามวิธี Likert Rating Scale แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับ 1 หมายถึง ต้องการน้อยที่สุด ระดับ 2 หมายถึง ต้องการน้อย ระดับ 3 หมายถึง ต้องการปานกลาง ระดับ 4 หมายถึง ต้องการมาก และ ระดับ 5 หมายถึง ต้องการมากที่สุด และตอนที่ 3 เป็นข้อความปลายเปิด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จากแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires) โดยให้นักท่องเที่ยวชาวไทยทำการลงคำตอบในแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form เพื่อทำการประเมินผลความคิดเห็นหรือความต้องการ และข้อเสนอแนะหลังเข้าร่วมโครงการวิจัย จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires) โดยใช้โปรแกรมทางสถิติในการประมวลผล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยนำเสนอผลในรูปของจำนวน (Frequency), ร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวผู้เปลี่ยนผ่านในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยตัวแปรต้น ได้แก่ รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในยุคเปลี่ยนผ่าน และปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ส่วนตัวแปรตาม คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้เปลี่ยนผ่านในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ยุคเปลี่ยนผ่านในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.00) มีอายุระหว่าง 31–40 ปี (ร้อยละ 39.25) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 60.50) และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 52.50) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 23.75) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001–20,000 บาท (ร้อยละ 66.25)

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัว (ร้อยละ 47.75) โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 84.25) วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางคือเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 48.25) นิยมเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (ร้อยละ 61.50) และส่วนใหญ่มักท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ (ร้อยละ 71.25)

ช่องทางการรับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว พบว่าร้อยละ 49.50 ได้รับข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์/ อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ กิจกรรมยอดนิยม 3 อันดับแรก ได้แก่ การไหว้พระ/สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (ร้อยละ 96.75) กิจกรรมถ่ายภาพ/เช็คอิน (ร้อยละ 94.00) และการเลือกซื้อสินค้าชุมชน/ของที่ระลึก (ร้อยละ 77.00)

รูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านต้องการมากที่สุด คือการรักษามาตรฐานความสะอาดเป็นพิเศษ (ร้อยละ 28.25) นอกจากนี้ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีแนวโน้มเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (ร้อยละ 63.00) และแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาเยือน (ร้อยละ 60.25)

สำหรับระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ยุคเปลี่ยนผ่านในภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.62)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression Analysis) โดยมุ่งหาปัจจัยอิสระที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ภายใต้การตรวจสอบข้อสมมติพื้นฐาน (Assumptions) อย่างครบถ้วนก่อนดำเนินการวิเคราะห์ สำหรับตัวแปรอิสระที่เป็นข้อมูลเชิงกลุ่ม เช่น เพศ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา ซึ่งเป็นมาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) หรือแบบจัดอันดับ (Ordinal Scale) ได้ถูกแปลงเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดยกำหนดกลุ่มที่น่าสนใจให้มีค่าเท่ากับ 1 และกลุ่มอ้างอิงมีค่าเท่ากับ 0 ตามหลักการของการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกประเภท ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด เพื่อป้องกันปัญหาความสัมพันธ์สูงเกินไประหว่างตัวแปร (Multicollinearity) โดยกำหนดเกณฑ์ไม่เกิน 0.80 (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548 อ้างใน [17] พิริยา เลิศมงคลนาม, 2551) แบบจำลองการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตัวแปร ได้แก่ (1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ (2) ปัจจัยด้านรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ยุคเปลี่ยนผ่าน ได้แก่ กิจกรรมทำอาหารท้องถิ่น การถ่ายภาพ/เช็คอิน การเรียนรู้วัฒนธรรม การเลือกซื้อสินค้าชุมชน การไหว้พระ/สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเข้าชมพิพิธภัณฑ์ การชมธรรมชาติและแหล่งอนุรักษ์ (พหุทางนาค) การเข้าร่วมกิจกรรมทางประวัติศาสตร์และประเพณี และการร่วมกิจกรรมการเล่าเรื่องหรือนิทานพื้นบ้านในเขตพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงชั้น โดยนำตัวแปรทั้งสองกลุ่มเข้าสู่แบบจำลองตามลำดับ เพื่อทดสอบว่าแต่ละกลุ่มตัวแปรมีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างไร และตัวแปรใดมีนัยสำคัญต่อการอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกกิจกรรมในยุคเปลี่ยนผ่าน

ตาราง 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอู่ทอง

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta (β)		
ค่าคงที่	2.421	.388	–	6.241	.000**
ปัจจัยส่วนบุคคล					
เพศ (กลุ่มอ้างอิง: ชาย)					
หญิง	.438	.124	.462	3.529	.004*
อายุ (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ใช่อายุ 31 - 40 ปี)					
31 - 40 ปี	.097	.143	.106	.678	.499

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta (β)		
สถานภาพ (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ได้สมรส)					
สมรส	.204	.121	.179	1.684	.095
ระดับการศึกษา (กลุ่มอ้างอิง: ต่ำกว่าปริญญาตรี)					
ปริญญาตรีขึ้นไป	.438	.124	.462	3.529	.004*
อาชีพ (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ใช่พนักงานบริษัทเอกชน)					
พนักงานบริษัทเอกชน	.097	.143	.106	.678	.499
รายได้ต่อเดือน (กลุ่มอ้างอิง: น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท)					
15,001 บาทขึ้นไป	.204	.121	.179	1.684	.095
ปัจจัยรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่าน (กลุ่มอ้างอิง: ไม่เลือก)					
กิจกรรมทำอาหารท้องถิ่น	.102	.087	.101	1.175	.242
กิจกรรมถ่ายรูป/เช็คอินในชุมชน	.214	.069	.212	3.104	.002*
ศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน	.129	.046	.177	2.821	.005*
เลือกซื้อสินค้าชุมชน/ของที่ระลึกจากในเขตพื้นที่พิเศษ	.201	.061	.224	3.287	.001*
เมืองโบราณอุททอง					
ไหว้พระ/สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในเขตพื้นที่พิเศษเมือง	.243	.068	.262	3.566	.000**
โบราณอุททอง					
เข้าชมพิพิธภัณฑ์ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุททอง	.189	.112	.158	1.689	.092
ชมธรรมชาติหรือท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อเรียนรู้	.106	.084	.097	1.262	.208
เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นพหุทางนาค					
กิจกรรมทางประวัติศาสตร์และประเพณีท้องถิ่นในเขตพื้นที่	.142	.073	.115	1.926	.056
พิเศษเมืองโบราณอุททอง					
กิจกรรมการเล่าเรื่องหรือบทกวีเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับ	.155	.092	.131	1.674	.099
ตำนานท้องถิ่นและนิทานพื้นบ้าน					

$R = 0.680$, $R^2 = 0.529$, $Adjusted\ R^2 = 0.524$ $SEE = 0.282$ $F = 79.292^{**}$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุททอง จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ได้แก่ เพศ ($\beta = .482$) และ ระดับการศึกษา ($\beta = .462$) โดยเมื่อควบคุมตัวแปรอื่นให้คงที่ พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในยุคเปลี่ยนผ่านสูงกว่าเพศชาย นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปีมีความต้องการสูงกว่ากลุ่มอายุอื่น และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปมีความต้องการสูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี ส่วนปัจจัยด้านสถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่พบว่ามีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้าน รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า มี 4 ตัวแปรจากทั้งหมด 9 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ 1) การศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน ($\beta = .177$) 2)

การถ่ายภาพ/เช็คอินในชุมชน ($\beta = .212$) 3) การเลือกซื้อสินค้าชุมชนหรือของที่ระลึก ($\beta = .224$) และ 4) การไหว้พระ/สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในพื้นที่ ($\beta = .262$) ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้ง 4 ประเภทนี้มีแนวโน้มแสดงความต้องการในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ยุคเปลี่ยนผ่านมากกว่านักท่องเที่ยวที่เลือกทำกิจกรรมอื่น

โดยสรุป ผลการศึกษายืนยันว่า ทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและลักษณะกิจกรรมที่น่าเสนอ มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เมืองรองได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

การอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31–40 ปี เดินทางกับครอบครัวในช่วงวันหยุด โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว และนิยมท่องเที่ยวแบบไปเช้า–เย็นกลับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ [18] Asampinpongs et al. (2021) ที่ระบุว่า การออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรตอบสนองต่อกลุ่มนักท่องเที่ยววัยทำงานที่มีเวลาจำกัดและให้ความสำคัญกับความสะดวกและคุ้มค่า พฤติกรรมการรับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์และอินเทอร์เน็ตยังพบเป็นช่องทางหลักในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ [19] Chompookham et al. (2023) ที่ชี้ว่าสื่อออนไลน์เป็นปัจจัยกระตุ้นสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางในพื้นที่อุทอง ซึ่งสะท้อนบทบาทของสื่อดิจิทัลในยุคเปลี่ยนผ่านของการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณารูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด พบว่า ได้แก่ การรักษาความสะอาดและสุขอนามัยในพื้นที่กิจกรรม การเลือกซื้อสินค้าชุมชนหรือของที่ระลึก การถ่ายภาพ/เช็คอิน การไหว้พระ/สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ กิจกรรมเหล่านี้สามารถจัดกลุ่มได้ตามกรอบแนวคิด 3S ของ [18] Asampinpongs et al. (2021) ได้แก่ Stories การเล่าเรื่องผ่านสินค้าชุมชนและวัฒนธรรม Senses การถ่ายภาพและเช็คอินที่กระตุ้นประสาทสัมผัส และ Sophistication ความพิถีพิถันด้านความสะอาดและสุขอนามัย ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านให้ความสำคัญกับมาตรฐานด้านความสะอาดมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ [20] ธีรภัทร ทองใบ และคณะ (2567) ที่เน้นบทบาทของความสะอาดและสุขอนามัยในการสร้างความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำในภาคการท่องเที่ยว ดังนั้น รูปแบบกิจกรรม ในบริบทนี้ควรนิยามว่าเป็น กลุ่มของกิจกรรมย่อยที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่าน โดยเน้นกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม ความเชื่อ ประสบการณ์ดิจิทัล และมาตรฐานด้านสุขอนามัย ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่เมืองรองอย่างยั่งยืน หลังยุคโควิด-19

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านในแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความต้องการการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ เพศและระดับการศึกษา โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีแนวโน้มแสดงความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมสูงกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ [21] Remoaldo et al. (2020) ที่ระบุว่าผู้หญิงมีความตั้งใจและความเปิดรับต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สูงกว่า เนื่องจากกิจกรรมลักษณะดังกล่าวเอื้อต่อการแสดงออกเชิงอารมณ์ การเรียนรู้ และการสร้างประสบการณ์ส่วนบุคคล ขณะเดียวกัน [22] Pereira and Silva (2018) ชี้ว่าผู้หญิงมักแสวงหาประสบการณ์ที่สะท้อนการเติบโตของตนเอง ความเป็นอิสระ และการผจญภัยเชิงความหมาย ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในยุคเปลี่ยนผ่าน ในด้าน ระดับการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีความต้องการเข้าร่วม

กิจกรรมการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่า ผลดังกล่าวสอดคล้องกับ [23] Mijin (2011) และ [24] Čepar and Bojnec (2010) ที่เสนอว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีทรัพยากรทางเศรษฐกิจและทุนทางวัฒนธรรมมากกว่า ส่งผลให้มีความพร้อมในการเลือกกิจกรรมที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และการตีความเชิงวัฒนธรรม ทั้งยังสะท้อนความตระหนักและความชื่นชมต่อคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น สำหรับรูปแบบกิจกรรมที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่าน พบว่า กิจกรรมด้านการเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน การถ่ายภาพและเช็คอิน การเลือกซื้อสินค้าชุมชน และการไหว้พระหรือสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ล้วนมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ กิจกรรมเหล่านี้สะท้อนลักษณะการมีส่วนร่วมกับชุมชนและการสร้างประสบการณ์เชิงความหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ [25] Roguljić (2018) ที่ระบุว่ากิจกรรมเชิงการเรียนรู้ช่วยเสริมความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น ขณะที่ [26] Căzan (2018) ชี้ว่าการซื้อสินค้าชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับเศรษฐกิจและอัตลักษณ์ท้องถิ่น และ [27] Puja and Aryasih (2020) อธิบายว่ากิจกรรมทางศาสนาและความเชื่อช่วยสร้างความเชื่อมโยงทางจิตวิญญาณระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนเจ้าบ้าน

โดยสรุป ผลการศึกษายืนยันว่า ทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและรูปแบบกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมและคุณค่าทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านอย่างมีนัยสำคัญ ผลลัพธ์ดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ในการออกแบบกิจกรรมและกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทองให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

บทสรุป

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวยุคเปลี่ยนผ่านที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31–40 ปี เดินทางกับครอบครัวโดยรถยนต์ส่วนตัว และนิยมท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้รับผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก กิจกรรมที่ได้รับความนิยมสูง ได้แก่ การเรียนรู้วัฒนธรรม การถ่ายภาพ/เช็คอิน การเลือกซื้อสินค้าชุมชน และการไหว้พระ/สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดและสุขอนามัยในจุดท่องเที่ยวมากที่สุด

ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ เพศและระดับการศึกษา โดยเพศหญิงและผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวสูงกว่า ขณะที่กิจกรรม 4 ประเภท ได้แก่ การเรียนรู้วัฒนธรรม การถ่ายภาพ/เช็คอิน การซื้อสินค้าชุมชน และการไหว้พระ/สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ล้วนมีผลต่อความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในยุคเปลี่ยนผ่าน ควรเน้นการจัดการกิจกรรมที่ตอบโจทย์พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับมาตรฐานสุขอนามัย การเล่าเรื่องวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชนควบคู่กับการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อยกระดับคุณภาพประสบการณ์และส่งเสริมความยั่งยืนของพื้นที่เมืองรองในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาและดำเนินโครงการพัฒนา

1.1 ควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวหญิงและผู้ที่มีวุฒิปริญญาตรีขึ้นไป เพราะเป็นกลุ่มที่มีความต้องการกิจกรรมสูง เหมาะสำหรับการออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับความคาดหวังของตลาด

1.2 ควรส่งเสริมกิจกรรมหลักที่ได้รับความนิยม เช่น การเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม การถ่ายรูป/เช็คอิน การซื้อผลิตภัณฑ์ของชุมชน และการสักการะ/บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งควรพัฒนาให้มีความหลากหลายและเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ผ่านการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์

1.3 ควรปรับปรุงสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อมที่จุดกิจกรรมหลัก เช่น ตลาด จุดถ่ายรูป และสถานที่ทางศาสนา เพื่อสร้างความมั่นใจและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะสำหรับครั้งหน้า

2.1 ควรศึกษาและทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น AR/VR หรือแอปพลิเคชันโค้ดทัวร์ เพื่อเพิ่มประสบการณ์และยกระดับไปสู่การท่องเที่ยวอัจฉริยะ

2.2 ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบกับเมืองรองอื่น ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนแนวปฏิบัติที่ดีและสร้างเครือข่ายระดับภูมิภาค และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อให้งานจัดการกิจกรรมอย่างยั่งยืนด้วยตนเอง

เอกสารอ้างอิง

- [1] The Standard. (2567). สรุปภาพรวมการท่องเที่ยวไทยปี 2567. *The Standard*. <https://thestandard.co/thai-tourism-2024-summary/>
- [2] BangkokBizNews. (2567). ตลาดท่องเที่ยวไทยในประเทศโตต่อเนื่อง นักท่องเที่ยว 198.69 ล้านคน-ครั้ง รายได้รวมกว่า 9.5 แสนล้านบาท. *BangkokBizNews*. <https://www.bangkokbiznews.com/business/1160350>
- [3] นิตยา จันทะรัตน์, และวรรณ แสงศรีจันทร์. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียลในจังหวัดเลย. *วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 16(3), 186–198. <https://so05.tcithaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/246947>
- [4] ลลิตา นวกิจไพฑูรย์, ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, และ พิมพ์ภัส พงศกรรังศิลป์. (2564). การวิเคราะห์องค์ประกอบรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennials ในประเทศไทย. *วารสารการท่องเที่ยวและการบริการ*, 17(1), 45–62. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/view/245619>
- [5] Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, Article 102922. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- [6] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยววิถีใหม่ ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566–2570). กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- [7] การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). รายงานทิศทางการท่องเที่ยวไทยหลังโควิด-19. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- [8] ธารัตน์ มหาพันธ์, และ นิรมล สัมมัตตะ. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวถ้ำนาคี อุทยานแห่งชาติภูถ้ำงา จังหวัดนครพนม. *Journal of Engineering Technology Access (JETA) (Online)*, 4(1), 1–11. <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/JETA/article/view/252665/170957>
- [9] เมธาวิ จำเนียร. (2563). การสื่อสารอัตลักษณ์สินค้าที่ระลึกหนุนเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารนวัตกรรมการจัดการ*, 2(2), 93–104. <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jiis/article/view/1342/827>
- [10] Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2021). The Experience Economy: Competing for customer time, attention, and money. (*No Title*).
- [11] นิพนธ์ สุวรรณศรี, และ เสาวลักษณ์ ใจหล้า. (2563). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่น Y ในจังหวัดนครสวรรค์จากการใช้สื่อออนไลน์. *วารสารนวัตกรรมการจัดการบูรณาการ*, 2(3), 62–79. <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jiis/article/view/1342/827>
- [12] พิเชษฐ์ จุลรอด, และ ปิยภัสร จารุสวัสดิ์. (2568). การวิเคราะห์แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริการของผู้ประกอบการสปาและนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.)*, 31(2), 87–102. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tgt/article/view/267810/185951>

- [13] ชูดา วิมุกตายน. (2567). การพัฒนาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน. *ช่อดอกปีปปริทัศน์*, 1(1), 74–86. <https://so18.tci-thaijo.org/index.php/chorparitas/article/view/768>
- [14] จิตรารักษ์ เกรวรัตน์, อุทุมพร เรืองฤทธิ์, ฐาปนกร ทองคำนุช, และ เบญจรงค์ พันสะอาด. (2568). ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ*, 7(1), 44–57. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/larts-journal/article/view/270166>
- [15] นฤกร ชูสุวรรณ และวสันต์ สุกุลกิจกาญจน์. (2566). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ คุณภาพการบริการ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการที่พักในเกาะล้าน จังหวัดชลบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง*, 13(1), 1–16. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fam/article/view/259682>
- [16] ปิยะภรณ์ ไพทยาภรณ์ และ สาวินีย์ พลเยี่ยม. (2567). ปัจจัยกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันซี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 6(5), 75–87. <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/4075>
- [17] พิริยา เลิศมงคลนาม. (2551). อิทธิพลของการทำหน้าที่ซึ่งครอบคลุม การสนับสนุนทางสังคมและการเห็นคุณค่าในตนเองที่มีต่อคุณธรรมของวัยรุ่นจิตอาสา: กรณีศึกษาโรงพยาบาลชุมชนจังหวัดนนทบุรี. *มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/KU.the.2008.824
- [18] Asampinpongs, N., Patikorn, C., & Jongwattanakit, P. (2021). Experience management for creative community-based tourism in the central region of Thailand after the COVID-19 pandemic. *Academy of Strategic Management Journal*, 20(6), 1–12. <https://www.abacademies.org/articles/experience-management-for-creative-communitybased-tourism-in-the-central-region-of-thailand-after-the-covid19-pandemic-12964.html>
- [19] Chompookham, S., Bunthawee, K., & Panphut, P. (2023). Factors affecting tourist decisions in U-Thong ancient city, Suphan Buri province. *Journal of Positive School Psychology*, 7(5), 1037–1048. <https://journalppw.com/index.php/jpsp/article/download/8311/5426/9631>
- [20] อีรภัทร ทองใบ ชัดชกร ศรีสุข และ อนันตพร วงศ์คำ. (2567). ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวด้านคุณภาพบริการและมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(1), 155–168. สืบค้น จาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/WTURJ/article/view/269519>
- [21] Remoaldo, P. C. A., Ghanian, M., & Alves, J. A. (2020). Exploring the Experience of Creative Tourism in the Northern Region of Portugal—A Gender Perspective. *Sustainability*, 12(24), 10408. <https://doi.org/10.3390/SU122410408>
- [22] Pereira, A., & Silva, C. (2018). Women solo travellers: motivations and experiences. *Millennium: Journal of International Studies*, 6, 99–106. <https://doi.org/10.29352/MILL0206.09.00165>
- [23] Joo, M. (2011). *Are Amenities Important for the Migration of Highly Educated Workers? The Role of Built-Amenities in the Migration of Highly Educated Workers*. <https://engagedscholarship.csuohio.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1149&context=etdarchive>

- [24] Čepar, Ž., & Bojnec, Š. (2010). Higher Education Demand Factors and the Demand for Tourism Education in Slovenia. *Organizacija*, 43(6), 257–266. <https://doi.org/10.2478/V10051-010-0026-X>
- [25] Roguljić, S. (2018). *Neki aspekti društvenih kontakata u turizmu*. <https://repozitorij.unizd.hr/islandora/object/unizd:2344/datastream/PDF/download>
- [26] Căzan, I.-C. (2018). *Community Participation in Tourism Destination Development: A Literature Review*. 6, 219–228. <https://doi.org/10.18662/LUMPROC.75>
- [27] Puja, I. B. P., & Aryasih, P. A. (2020). Tourism and community. a study of community based tourism in mandala wisata wanara wana ubud. 6(1), 122–131. <https://doi.org/10.22334/JBHOST.V6I1.203>

แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยว

ชุมชนบางกะมา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

The Guidelines for Developing Tourism Components of

Bangkama Community, Ban Kha District, Ratchaburi Province.

สุภาพร อรรถพิณ^{1*}, เกรียงศักดิ์ อาภามงคล², ชัยศักดิ์ คล้ายแดง³, นานา ศรีธรรมศักดิ์⁴,

ภัทรวดี รังสิมานพ⁵, และ อัจฉรา สาลี⁶

Supaphorn Akkapi^{1*}, Kriengsak Apamongkol², Chaisak Klaidaeng³, Nana Srithammasak⁴,

Phattarawadee Rungsimanop⁵, and Archara Salee⁶

^{1*, 4, 5, 6} วิทยาลัยนานาชาติ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

^{1*, 4, 5, 6} International College, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok, Thailand

^{2, 3} คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

^{2, 3} Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok, Thailand

Received: September 15, 2025 Revised: February 2, 2026 Accepted: February 12, 2026

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว รวมถึงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย หนึ่งในความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวคือการท่องเที่ยวชุมชนต่าง ๆ เป็นการศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของและจัดการเอง โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญา สร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน ให้เกิดการกระจายรายได้ รักษาเอกลักษณ์ท้องถิ่น และพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สืบทอดกันมาตั้งแต่ปู่ ย่า ตา ยาย ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามความเชื่อ ความศรัทธาของแต่ละชุมชน ชุมชนบางกะมา ตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี เป็นชุมชนในหุบเขามรดกโลกที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่น มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง สามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันระหว่างคนและธรรมชาติได้อย่างลงตัว การประกาศเป็นพื้นที่มรดกโลกทำให้การพัฒนาทางสำหรับการสัญจรเข้า-ออกนั้น ไม่มีหน่วยงานไหนเข้ามาพัฒนาได้ จากความยากลำบากของถนนหนทางเข้าหมู่บ้าน ได้สร้างโอกาสในการท่องเที่ยวให้กับชุมชน สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบการผจญภัย หรือการท่องเที่ยวในรูปแบบธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญา ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงการเสนอแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบางกะมา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี ให้ชุมชนสามารถนำแนวทางการพัฒนาไปประยุกต์ใช้สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวให้กับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบางกะมา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี 2) เสนอแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบางกะมา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนจำนวน 280 คน ตามสูตรการคำนวณของ Krejcie and Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ด้วยการสุ่มอย่างง่าย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยชี้ว่า “สิ่งดึงดูดใจ” และ “กิจกรรมท่องเที่ยว” อยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 4.15 และ 4.12 ตามลำดับ) ขณะที่ “การบริการที่พัก/ร้านอาหาร” และ “การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว” อยู่ในระดับปานกลาง (เฉลี่ย 2.84 และ

*Corresponding author. Tel.: 081 685 9882

Email address: supaporn.a@mail.rmutk.ac.th

2.73 ตามลำดับ) ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย (เฉลี่ย 2.31 และ 2.25 ตามลำดับ) กิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น การทำบุญตักบาตร เดินป่าศึกษาธรรมชาติ ชมนกเงือก และการขี่ ATV ได้รับการกล่าวถึงอย่างโดดเด่น ข้อมูลดังกล่าวสะท้อน “จุดแข็งด้านประสบการณ์” ควบคู่กับ “ช่องว่างด้านโครงสร้างพื้นฐานและบริการเสริม” ของจุดหมายปลายทางซึ่งนำไปสู่แนวทางการพัฒนา เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนบางกะม่าต่อไป

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวชุมชน องค์ประกอบการท่องเที่ยว (6A) ชุมชนบางกะม่า จังหวัดราชบุรี

Abstract

The Thai tourism industry continues to grow with the potential of its location, the diversity of its tourism resources, and the many potential opportunities for tourism. One of the diversities of tourism resources is communities based-tourism that is the study and learning about communities that is owned and managed by the community itself, utilizing natural resources and the environment, culture, way of life, and local wisdom to create experiences for tourists. This aims to strengthen communities, distribute income, preserve local identity, and promote sustainable development passed down from ancestors, varying according to the beliefs and faith of each community. Bangkama Community, Ban Bueng Subdistrict, Ban Kha District, Ratchaburi Province, is a community in a World Heritage valley with outstanding tourism resources. It has its own identity and can live in harmony with people and nature. The declaration of the area as a World Heritage Site means that no sectors can develop the road for traffic in and out. The difficulty of accessing the village has created tourism opportunities for the community, especially for adventurous tourists or those who enjoy exploring the way of life, local wisdom and environment. Therefore, the researcher focuses on studying the components of tourism in the community, including proposing guidelines for developing the components of tourism in the Bangkama community that communities to apply development approaches to create tourism opportunities for their communities effectively. This quantitative survey aimed to (1) examine the components of cultural tourism in Bangkama Community, Ban Kha District, Ratchaburi Province, and (2) propose development guidelines. The data collection tool used was a questionnaire, collected from 280 visiting tourists. Data was collected using Krejcie and Morgan's formula at a confidence level of 0.05 through simple random sampling. and analyzed with descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation). Results indicated high levels for Attractions and Activities, whereas Accommodation/Food services and Accessibility were moderate. Amenities and Ancillary services were low. (means = 2.31 and 2.25, respectively). Notable activities included alms-giving, nature trail hiking, hornbill watching, and ATV riding, underscoring strong experiential value alongside infrastructure and service gaps of destinations have led to development guidelines to further enhance tourism in the Bangkama community.

Keywords: Community-based tourism, Destination components (6A), Bangkama Community, Ratchaburi Province

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยว รวมถึงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย ด้านทำเลที่ตั้งเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวชุมชน ถ้าหากจะกล่าวถึงเสน่ห์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ ความเป็นอยู่ วิถีชีวิตของคนในชุมชน วัฒนธรรมการกิน วัฒนธรรมการแต่งกาย รูปแบบการตั้งถิ่นฐาน และรวมถึงประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่ปู่ ย่า ตา ยาย ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามความเชื่อ ความศรัทธาของแต่ละชุมชน ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเข้าไปมีบทบาทในการสร้างคุณภาพใหม่ของการท่องเที่ยวให้มีความหมายมากกว่าการพักผ่อน ความสนุกสนาน และความบันเทิง แต่ยังสามารถเปิดมิติของการท่องเที่ยวเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเคารพคนในท้องถิ่น เห็นความสัมพันธ์ของคนกับธรรมชาติ การพัฒนาทุก ๆ ภาคของประเทศไทยจะมีการนำการท่องเที่ยวมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นภาคเหนือที่ให้ความสำคัญพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและความยั่งยืน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงประเพณีวัฒนธรรมอารยธรรมขอม ยุคก่อนประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และกีฬาสุสานนาชาติ ภาคใต้ยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและภาคกลางปรับปรุงมาตรฐานสินค้าและธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว [1] (The Twelfth National Economic and Social Development Plan, (2017-2021). จังหวัดราชบุรีตั้งอยู่ทางภาคตะวันตกของประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้แก่ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับจังหวัด ดังตารางต่อไปนี้ [2] (Summary of the domestic tourism situation by province, 2020-2022.)

รายการ	ปี พ.ศ. 2563	ปี พ.ศ. 2564	ปี พ.ศ. 2565
รายได้จากการท่องเที่ยว	2,504.60 ล้านบาท	1,235.76 ล้านบาท	2,994.31 ล้านบาท
จำนวนนักท่องเที่ยว	1,453,605 คน	747,258 คน	1,630,232 คน

รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังจังหวัดราชบุรี

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากตารางจะเห็นได้ว่า รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีสามารถสร้างความเจริญและพัฒนาเศรษฐกิจให้กับชุมชน โดยทางจังหวัดเน้นการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด หนึ่งในนั้นคือความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ประชากรในจังหวัดราชบุรีมีความหลากหลายทางเชื้อชาติและเผ่าพันธุ์อันเป็นลักษณะเด่นของจังหวัดที่สืบทอดมาแต่โบราณกาล ทั้งนี้เพราะสภาพภูมิประเทศที่เสริมให้เมืองราชบุรีเป็นอู่รวมทางวัฒนธรรม เป็นเมืองที่ผู้คนทั้งจากดินแดนโพ้นทะเลและชาวพื้นเมืองอีกหลายกลุ่มที่อยู่อาศัยบริเวณชายแดนระหว่างไทย และประเทศสหภาพพม่าอพยพเข้ามาตั้งรกรากเมืองราชบุรีจึงประกอบด้วยชนหลายเชื้อชาติ แต่ละเชื้อชาติมีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมและประเพณี ซึ่งมีชุมชนชาติพันธุ์อาศัยอยู่ถึง 8 ชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในจังหวัด สามารถแบ่งตามสายเชื้อชาติได้ดังนี้ คนไทยภาคกลางพื้นถิ่นชาวไทยจีน ชาวไท-ยวน ชาวไทยมอญ ชาวไทยลาวโซ่ง ชาวไทยลาวตี้ ชาวไทยเขมร และชาวไทยกะเหรี่ยง ชาวไทยกะเหรี่ยงในจังหวัดราชบุรีตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณชายแดนใกล้เทือกเขาตะนาวศรี มีผู้สันนิษฐานว่ากะเหรี่ยงกลุ่มราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ น่าจะอพยพโยกย้ายมาจากเมืองทวายในพม่า อพยพมาอยู่ที่บ้านเก่ากะเหรี่ยงและบ้านหนองกะเหรี่ยง (บ้านหนองนกกระเรียน) แล้วโยกย้ายต่อมาทางตะวันตกจนถึงลำน้ำภาษี ตั้งบ้านเรือนอยู่ในอำเภอสวนผึ้งและอำเภอบ้านคา ส่วนอีกสายแยกลงไปทางใต้ถึงต้นน้ำเพชรบุรี ชาวไทยกะเหรี่ยงที่อยู่ในอำเภอบ้านคา หมู่บ้านที่ชาวไทยเชื้อสายกะเหรี่ยงตั้งถิ่นฐานคือ บ้านโป่งกระทิงล่างและโป่งกระทิงบน บ้านโป่งกระทิงบนประกอบไปด้วยชุมชน 3 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนพุลูกไก่ ชุมชนซั้วตัวหนอน และชุมชนบางกะม่า [3] (Ratchaburi., 2021) ชุมชนบางกะม่า ตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านคา จังหวัด

ราชบุรี เป็นอีกหนึ่งชุมชนที่อาศัยในพื้นที่กลุ่มป่าแก่งก่อนจะมีกฎหมายอนุรักษ์และขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก เป็นชุมชนในหุบเขามรดกโลกที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่น มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง สามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันระหว่างคนและธรรมชาติได้อย่างลงตัว การประกาศเป็นพื้นที่มรดกโลกทำให้การพัฒนาทางสำหรับการสัญจรเข้า-ออกนั้น ไม่มีหน่วยงานไหนเข้ามาพัฒนาได้ จากความยากลำบากของถนนหนทางเข้าหมู่บ้าน ได้สร้างโอกาสในการท่องเที่ยวให้กับชุมชน สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบการผจญภัย หรือการท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยชาวบ้านสร้าง "ลานสเก็ต" ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนี้ เพราะนักท่องเที่ยวอยากได้ความเป็นส่วนตัวมากกว่าที่จะไปนอนในบ้านของชาวบ้าน (โฮมสเตย์) ลานสเก็ตจึงเป็นแนวคิดใหม่ในการท่องเที่ยวชุมชน ชุมชนต้องจัดการเรื่องอำนวยความสะดวกบางอย่าง เช่น ไฟส่องสว่าง และห้องน้ำ" เพื่อดึงดูดได้เข้าสู่ชุมชน [4] (Bangkama., 2024) และองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ อีกที่ควรได้รับการพัฒนาเพื่อสนับสนุนการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงการเสนอแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบางกะมา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี ให้ชุมชนสามารถนำแนวทางการพัฒนาไปประยุกต์ใช้สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวให้กับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนบางกะมา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี
2. เสนอแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนบางกะมา อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสำหรับการเลือกเดินทางท่องเที่ยวคือองค์ประกอบการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ซึ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยวได้มีนักวิชาการ [5] (Buhalis, 2000; [6] Choibamroong, 2008; [7] Lertpokanont, & Lertpokanont, 2014). กำหนดองค์ประกอบการท่องเที่ยวไว้ 6 ด้าน (6A) ได้แก่

1.1 สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญควรมีความดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ความน่าสนใจหรือสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวจะแตกต่างกันตามลักษณะของทรัพยากร สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ (Natural Attraction) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ความงามตามธรรมชาติของหาดทราย ชายทะเล แนวปะการังที่มีความสวยงาม ความอุดมสมบูรณ์ของพรรณไม้นานาชนิด หินงอกหินย้อยภายในถ้ำ แสงเหนือ ฝนดาวตก และสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attraction) สถานที่หรือกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก, พิพิธภัณฑ์, สถานที่จัดแสดงนิทรรศการ, หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การแสดงคอนเสิร์ต ฟุตบอลโลก, ศิลปวัฒนธรรม, ประเพณี, วัด วัง, วิถีชีวิต เป็นต้น

1.2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง หากแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงก็จะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ การที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกก็จะมีส่วนช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานท้องถิ่นในพื้นที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ถนน ที่จอดรถ ท่าเรือ หรือสนามบิน [8] (Wannathanom, 2009) การเข้าถึงข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวตามสื่อต่าง ๆ ป้ายบอกทาง

ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ป้ายที่ติดตั้งเขตทางหลวง และป้ายที่ติดตั้งในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่การเข้าถึงนักท่องเที่ยว

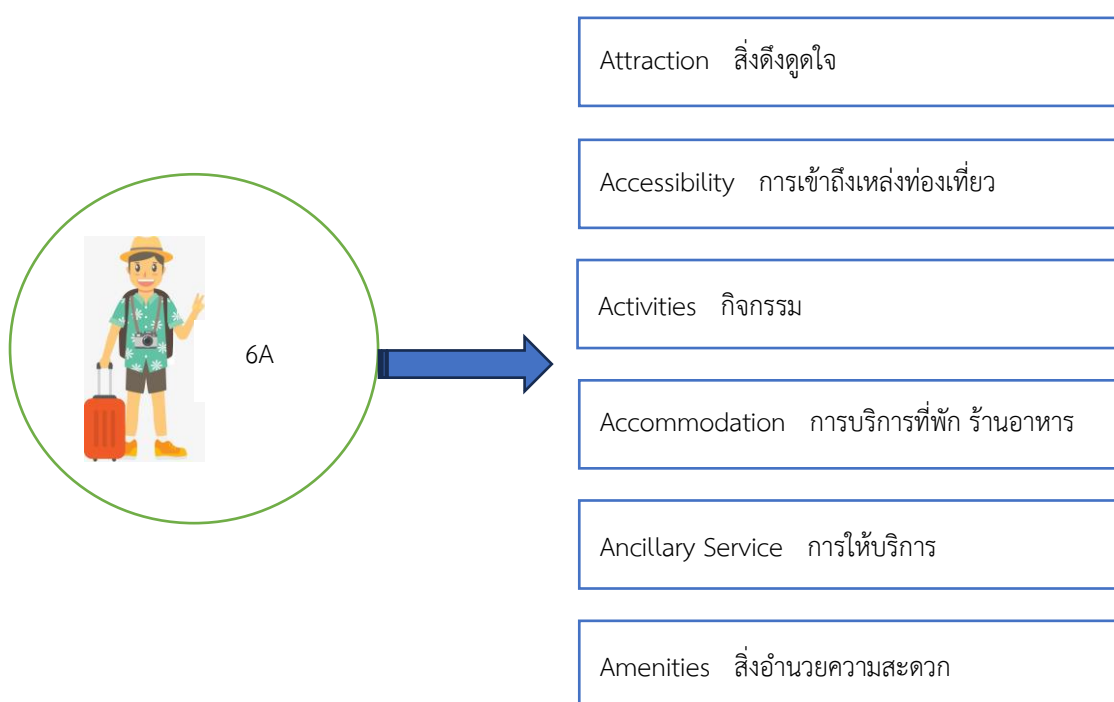
1.3 การบริการที่พัก ร้านอาหาร (Accommodation) การให้บริการที่พักและร้านอาหารที่เพียงพอและเหมาะสมเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สามารถส่งเสริมและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ห้องพักต้องมีความสะอาด ห้องน้ำ, เครื่องปรับอากาศ, อินเทอร์เน็ต, โทรทัศน์, อาหาร, บริการซักรีด, สระว่ายน้ำ, ฟิตเนส, สปา, ปลอดภัย มีพื้นที่สาธารณะ (Public Area) ที่น่ารื่นรมย์ มีห้องพักมากเพียงพอแก่การรับรอง ฯลฯ ราคาต้องเหมาะสมกับงบประมาณของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม การมีที่พักที่มีคุณภาพ มาตรฐานและเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจะช่วยเพิ่มประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

1.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวหมายถึง ปัจจัยพื้นฐานสำหรับอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ระบบการสื่อสารโทรคมนาคม เทคโนโลยีไร้สาย (WIFI) ระบบขนส่งสาธารณะ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยว เพราะสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย และใช้เวลาอยู่ที่แหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะเวลานานขึ้น เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว

1.5 กิจกรรม (Activities) กิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว มีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น การเดินป่า เส้นทางการศึกษาธรรมชาติ ดูสัตว์ป่า การปีนเขา การปั่นจักรยาน การพายเรือ การถ่ายรูป การเก็บผลผลิต การทำบุญตักบาตร กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและประเพณี เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมทำกิจกรรม มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ เพิ่มประสบการณ์ที่มีคุณค่าในช่วงเดินทางท่องเที่ยว

1.6 การให้บริการ (Ancillary Service) เป็นบริการเพิ่มเติมที่เจ้าบ้านหรือแหล่งท่องเที่ยวจัดให้แก่แก่นักท่องเที่ยว เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านค้าปลีก รถ 4X4 การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ

องค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้านนี้สามารถแสดงดังรูปภาพที่ 1.1



รูปภาพที่ 1 องค์ประกอบการท่องเที่ยว

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน

การท่องเที่ยวชุมชนได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนและพัฒนาชุมชน ทั้งในด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนรวมทั้งเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูวัฒนธรรมและสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน [9] (Community Based Tourism Institute, 2013). การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนถ้าชุมชนนั้นมีการวางแผนพัฒนาการจัดการที่ดีแล้วการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดอาชีพในชุมชน สร้างรายได้และเป็นโอกาสให้เกิดการประกอบธุรกิจซึ่งจะทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังทำให้เกิดการอนุรักษ์ธรรมชาติในชุมชนโบราณคดีประวัติศาสตร์ศิลปะงานหัตถกรรมและวัฒนธรรม ประเพณีช่วยในการพัฒนาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นเพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมา [10] (World Tourism Organization, n.d.) อีกทั้งการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์และมีมาตรฐานจะก่อให้เกิดการเรียนรู้เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรมท้องถิ่นและคุณภาพชีวิตที่ดี โดยมีหลักการดังนี้ [11] (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration, 2016) องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีลักษณะที่เกี่ยวข้องกับชุมชนที่ชุมชนเป็นเจ้าของ เป็นสังคมที่เข้าใจกัน และมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการพัฒนาชุมชน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การกำหนดทิศทางการพัฒนา การวางแผน การประเมินผลการดำเนินการ และการรับผลประโยชน์อย่างยุติธรรมเท่าเทียมกัน ทั้งตระหนักถึงต้นทุนการท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ วัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และการคืนกำไรสู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน (การแบ่งปัน) สำหรับประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว คือการได้รับประสบการณ์เพิ่มขึ้นที่เกิดจากการเรียนรู้แลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรมของชุมชน ส่งเสริมความเข้าใจ เคารพความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมให้ยั่งยืนสืบไป

3. การพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยว

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องคำนึงถึงพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งควรคำนึงถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว (Attraction) ต้องได้รับการพัฒนาให้คงความเป็นเอกลักษณ์ที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) โครงสร้างพื้นฐานต้องได้รับการปรับปรุงให้พร้อมใช้เกี่ยวกับการคมนาคม มีความสะดวกและปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นการพัฒนาสาธารณูปโภคที่มีอยู่ในชุมชน เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งพัก ไฟฟ้า แสงสว่าง น้ำประปา สัญญาณโทรศัพท์ ให้มีความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว การให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) เช่น การสื่อสารการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลการท่องเที่ยว การเตรียมตัวเดินทาง ที่พัก (Accommodation) การจัดหาที่พักที่สะอาด ถูกหลักอนามัย ตรงตามมาตรฐานที่พัก สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวว่า จะได้พักผ่อนอย่างเต็มที่ และกิจกรรม (Activities) ที่จะสร้างเสริมความรู้ ประสบการณ์ และเคารพในเอกลักษณ์วัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ [12] (Pelaso, et al. 2012) การพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเน้นการยกระดับองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6A ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล เพื่อเพิ่มศักยภาพของชุมชนอย่างมีความรับผิดชอบ และสร้างประสบการณ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพให้เข้ามาท่องเที่ยวได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

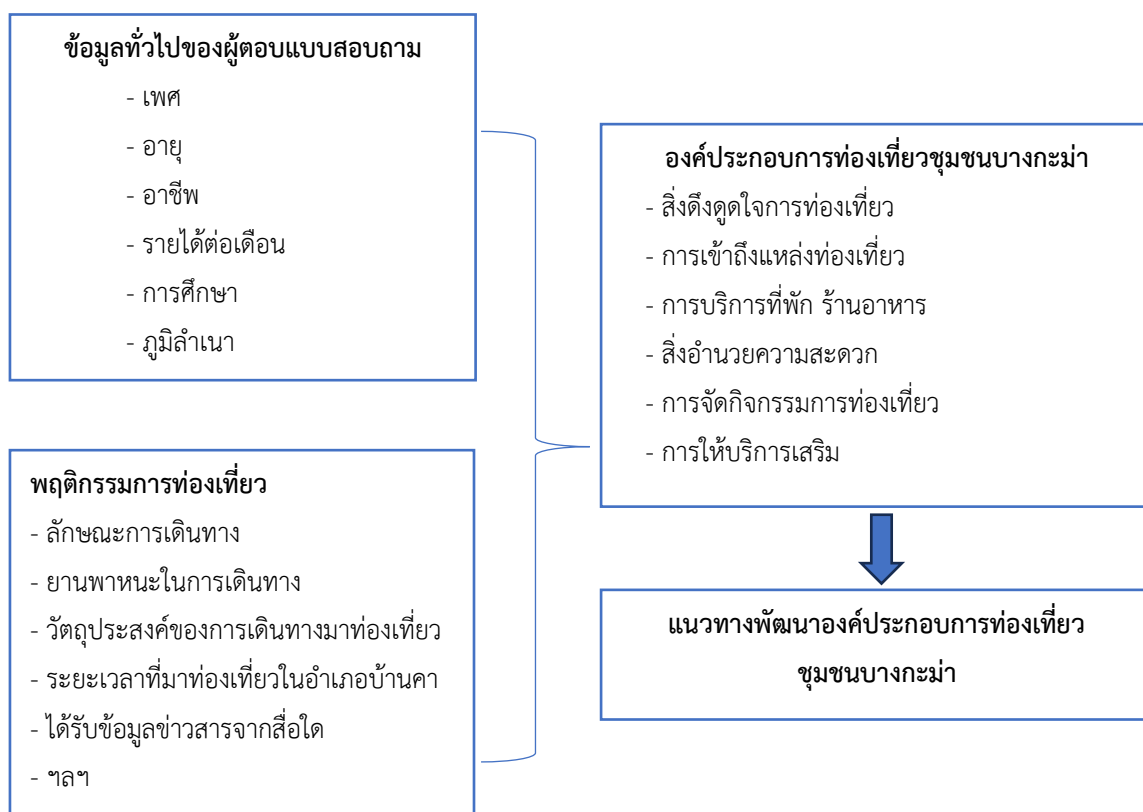
[13] Vinijvorakijkul and Ongklewb (2024) เขียนใหม่ ประเทศไทย” พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนพวกแถม ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต เป็นสิ่งดึงดูดใจ มีเส้นทางคมนาคมขนส่งสะดวกที่สามารถเข้าถึงชุมชนพวกแถมได้ มีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก เพื่อบริการนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมการท่องเที่ยว การจัดการด้านความปลอดภัย มีการตลาดการท่องเที่ยว และชุมชนมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว ส่วนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนพวกแถม พบว่า ชุมชนพวกแถมควรพัฒนา โครงสร้างพื้นฐานของชุมชน กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน และพัฒนาด้านการตลาด เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์และความประทับใจจากการท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นการสร้างงานและรายได้เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ส่งผลทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี

กระตุ้นให้คนในชุมชนมีจิตสำนึกให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ สืบทอดวิถีชีวิต และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ให้คงอยู่อย่างยั่งยืนต่อไป

[14] Kupkitaphun and Bunjongmanee (2020) ได้ทำการวิจัย “แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์” พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มาเป็นลำดับแรก รองลงมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านความดึงดูดใจและด้านกิจกรรม ตามลำดับ แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสม ดังนี้ 1) แนวทางการพัฒนาด้านมาตรฐานระดับสากล เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความเป็นสากลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) แนวทางการพัฒนาด้านอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยว

[15] Kanjanaratana and Pookaiyudom (2020) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโยธยาของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) และ ด้านกิจกรรม (Activities) ตามลำดับ

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 280 ชุด ซึ่งคำนวณจากสูตรของ Krejcie and Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

3.1 ขอบเขตด้านประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะมา ปีละประมาณ 1,000 คน

3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนบางกะมา ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริการที่พัก ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และการให้บริการเสริม

3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ ชุมชนบางกะมา ตำบลบ้านบึง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2564 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2565

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะมา จำนวนประมาณปีละ 1,000 คน (ที่ทำการผู้ใหญ่บ้านชุมชนบางกะมา ณ วันที่ 31 มกราคม 2565)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะมา จำนวน 280 คน โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling)

วิธีการสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถามตามหลักการสร้างเครื่องมือในการวิจัย แล้วนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความเหมาะสมและความชัดเจนของสำนวนภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม

การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญให้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยวิเคราะห์ข้อคำถามและพิจารณาประเมินค่าการให้คะแนนเพื่อตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย IOC (Item Objective Congruence Index) จากการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน พบว่า ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามมีค่า 0.95 ซึ่งสามารถใช้เก็บแบบสอบถามได้ นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลอง (Try Out) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาให้ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามชนิดปลายเปิด โดยมีข้อคำถาม 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน การศึกษา และ ภูมิลำเนา ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ลักษณะการเดินทาง ยานพาหนะในการเดินทาง วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาที่มาท่องเที่ยวในอำเภอบ้านคา ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อใด ส่วนที่ 3 องค์ประกอบการท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริการที่พัก ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการเสริม ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ ซึ่งแบบสอบถามนี้ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง ความเที่ยงตรง และความเชื่อถือได้ของเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยตนเอง ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการบรรยาย และใช้สถิติพรรณนา ด้วยค่าร้อยละ

การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีการบรรยายและใช้สถิติพรรณนาด้วยค่าร้อยละ

การวิเคราะห์องค์ประกอบกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนบางกะมา โดยวิธีการบรรยายและใช้สถิติพรรณนาด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การกำหนดค่าระดับคะแนน ใช้วิธีการให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์ในวิเคราะห์ ดังนี้

ช่วงคะแนน (Mean)

ระดับความคิดเห็น

4.21 – 5.00

มากที่สุด

3.41 – 4.20

มาก

2.61 – 3.40

ปานกลาง

1.81 – 2.60

น้อย

1.00 – 1.80

น้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 4 ส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบกรรมการท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ หญิง	207	73.92
อายุ 31-40 ปี	146	52.14
อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	213	76.07
การศึกษา ระดับปริญญาตรี	237	84.64
รายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท	126	45.00
ภูมิลำเนา กรุงเทพมหานคร	172	61.43

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาเที่ยวชุมชนบางกะม่ากับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด	264	94.28
เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว	247	88.21
วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว / พักผ่อน	280	100
เดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนบางกะม่าครั้งแรก	246	87.85
ระยะเวลาที่มาท่องเที่ยวชุมชนบางกะม่าไป 1 วัน ไป-กลับ	249	89.92
แหล่งข้อมูลของชุมชนบางกะม่าจาก facebook	120	42.86
ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวประมาณ 1,000 – 1,500 บาท	201	71.78

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เดินทางเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนโดยเดินทางมาเที่ยวชุมชนบางกะม่าครั้งแรกกับกลุ่มเพื่อนด้วยรถยนต์ส่วนตัวแบบไปเช้า-กลับเย็น รับประทานข้อมูลจาก face book และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ประมาณ 1,000 – 1,500 บาท

ส่วนที่ 3 องค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบางกะม่า

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบางกะม่า

องค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบางกะม่า	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว มีเอกลักษณ์ ประวัติความเป็นมา การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว เกิดการเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี สิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ	4.15	มาก
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความชัดเจนป้ายบอกทาง ความปลอดภัยในฤดูฝน คุณภาพของถนน	2.73	ปานกลาง
การบริการที่พัก ร้านอาหาร ที่พักแบบโฮมสเตย์ ลานสเตย์ จำนวนร้านอาหาร การจัดเตรียมอาหารเอง	2.84	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวก มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	2.31	น้อย
กิจกรรมการท่องเที่ยว การดูนกเงือก การเดินป่า การทำบุญตักบาตรกับชุมชน การขับรถ ATV	4.12	มาก
บริการเสริมการท่องเที่ยว บริการ wifi	2.25	น้อย

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบางกะมา พบว่า ชุมชนบางกะมามีสิ่งดึงดูดใจ การท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและบริการที่พัก ร้านอาหารอยู่ในระดับปานกลาง สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย

การวิเคราะห์ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตของชุมชนมาก กิจกรรมการดูนกเงือกเพิ่มประสบการณ์ที่ดี เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเสริม เช่น WIFI หรือแหล่งข้อมูลของชุมชน

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวชุมชนบางกะมาเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การบริการที่พักและร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว และบริการเสริมการท่องเที่ยว โดยทั้ง 6 ด้านสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบท่องเที่ยวชุมชนบางกะมาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว สำหรับชุมชนบางกะมามีสิ่งดึงดูดใจ 2 ประเภท ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่เป็นป่า และภูเขา และวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของชาวเขา สิ่งดึงดูดใจทั้ง 2 ประเภทนี้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบชมหรือสัมผัสธรรมชาติควบคู่ไปกับการเรียนรู้ สร้างเสริมประสบการณ์ ซึ่งเป็นการอยู่ร่วมกันระหว่างคนและป่าเป็นการเกื้อกูลกันตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ป่าไม้ กับ คน หรือ ชุมชนในสังคมชนบท มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิดมาตลอด เพราะผู้คนในชุมชนต่างต้องพึ่งพาอาศัยป่าในการดำรงชีพ ทั้งยังมีความเชื่อ ประเพณี และวัฒนธรรมที่ผูกโยงชุมชนไว้กับป่า อย่างเช่น ความเชื่อเรื่องผีป่าที่ดูแลป่าต้นน้ำ ทำให้ชุมชนท้องถิ่นซึ่งอยู่กับป่าส่วนใหญ่ตระหนักถึงความสำคัญของความอุดมสมบูรณ์ของผืนป่า ซึ่งบางความเชื่อในบางพื้นที่ได้ถูกพัฒนากลายเป็นกฎธรรมชาติที่ทำให้คนในชุมชนต้องช่วยกันอนุรักษ์ป่าเอาไว้ เพื่อให้ทั้งคนรุ่นต้นและรุ่นหลังได้ใช้ประโยชน์ต่อไปอย่างยั่งยืน [16] (Suksri, 2011)

การเข้าถึงชุมชน ลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชาวเขาจะมีบ้านอยู่ด้านล่างเชิงเขา และจะปลูกพืช ทำนาตามภูเขา การเดินทางขึ้นไปยังหมู่บ้านจึงต้องใช้รถของชุมชนคือรถ 4X4 รถยนต์ส่วนบุคคลไม่สามารถขึ้นไปได้ ลักษณะภูมิประเทศเช่นนี้ไม่เหมาะกับการท่องเที่ยวในฤดูฝน ซึ่งมีความลื่น และไม่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว และป้ายบอกทางของชุมชนยังไม่ชัดเจน ซึ่งกรมอุทยานแห่งชาติ [17] (Natural Park Guild book, 2020) ได้กล่าวไว้ว่า ป้ายบอกทาง (Directional Sign) จะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวไปสู่พื้นที่เป้าหมาย บอกทิศทางที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรืออธิบายข้อมูลและเรื่องราวที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ

การบริการที่พัก ร้านอาหาร ชุมชนบางกะมาเป็นชุมชนที่มีสภาพแวดล้อมเป็นป่า จึงบริการที่พักให้นักท่องเที่ยวเป็นทั้งโฮมสเตย์ และลานสเตย์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติและความสะดวกสบายจากผืนป่า สำหรับร้านอาหารมีทั้งสั่งจากร้านของผู้ให้บริการที่พัก หรือจะปรุงเอง [18] (Bulahis, 2000)

สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเสริมการท่องเที่ยวแม้ว่าชุมชนจะมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแต่การให้บริการยังน้อย ซึ่งองค์ประกอบของสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีไว้ให้บริการเพราะเป็นศูนย์รวมหรือจุดนัดพบระหว่างมัคคุเทศก์ท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวก่อนที่จะเริ่มการนำชมชุมชน ดังที่รัชดาพร เลิศโกคานนท์ และวิเชียร เลิศโกคานนท์ [19] (Lertpakanont and Lertpakanont, 2014) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่” กล่าวไว้ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นบริการขั้นพื้นฐานที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายในการมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น ๆ หรือบริการ WIFI ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

การที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสร้างเสริมประสบการณ์ใหม่ (ความทรงจำ) ให้กับนักท่องเที่ยว และกิจกรรมดังกล่าวสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนนับเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัย

ของสุธี เสริฐศรี [20] (Sertsri, 2015) ได้ทำการวิจัยเรื่อง“แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคกนอ อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม” พบว่า กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ได้แก่ ชีตความสามารถในการรองรับของพื้นที่และส่งเสริมให้ชุมชนคลองโคกนอเป็นศูนย์การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจได้แก่ การดูนกเงือก การเดินป่า การทำบุญตักบาตรกับชุมชน การชมรถ ATV

แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบางกะมา

ผลจากการวิจัยผู้วิจัยนำเสนอแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบางกะมา เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนบางกะมาสำหรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง ดังนี้

สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว ควรมีการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรม ประเพณีของชุมชนและพัฒนาดูแลสิ่งแวดล้อม ฟื้นฟูป่าให้คงอยู่กับชุมชน การให้ความรู้ และการรณรงค์อนุรักษ์เกี่ยวกับชุมชนรักป่า ป่ารักษาชุมชน เพื่อปลูกจิตสำนึกดูแลรักษาป่าและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันด้านการปรับตัวต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศให้แก่ป่าชุมชน ซึ่งเป็นต้นทุนการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [15] Kanjanaratana and Pookaiyaudom (2020) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อสิ่งดึงดูดใจอยู่ในระดับมาก และ [13] Vinijvorakijkul and Ongklewb (2024) ได้ทำการวิจัย “องค์ประกอบการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนา กรณีศึกษาชุมชนพวกแต้มในจังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย” พบว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนพวกแต้มด้านสิ่งดึงดูดใจมีความสำคัญมากเช่นเดียวกัน

การเข้าถึงชุมชน ควรมีการจัดทำป้ายชื่อ/ป้ายบอกทางสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายบอกรายละเอียดของทรัพยากรการท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย เช่นป้ายบอกประวัติของชุมชน ป้ายแผนผังที่ตั้งของชุมชน (Ground Plan) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เพิ่มเติม และมีความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนเป็นอย่างดี ดังที่ [14] Kupkitaphun and Bunjongmanee (2020) ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวพบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง

การบริการที่พัก ร้านอาหาร การให้บริการที่พักของชุมชนต้องเป็นไปตามมาตรฐานการบริการโฮมสเตย์หรือลานสเคย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัย ได้พักผ่อนอย่างเต็มที่ การให้บริการร้านอาหารต้องถูกหลักอนามัย สะอาด มีความปลอดภัยสูงในการรับประทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการอาหารประจำถิ่น ซึ่งผู้ให้บริการควรเข้ารับการอบรมจากหน่วยงานของรัฐ และได้รับการรับรองจากหน่วยงานของรัฐเช่นเดียวกัน

สิ่งอำนวยความสะดวก การเพิ่มไฟฟ้าส่องสว่างทางเดิน มุมอับ หรือพื้นที่ส่วนกลาง การติดตั้งกล้องวงจรปิด ที่นั่งพักภายในชุมชน ถึงขะมีจำนวนเพียงพอ ห้องน้ำสะอาด ถูกสุขอนามัย

บริการเสริมการท่องเที่ยว จัดทำการประชาสัมพันธ์ การตลาดสื่อสารออนไลน์ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อชุมชน
2. ควรศึกษาการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวภูมิวัฒนธรรมของชุมชนอย่างยั่งยืน
3. ควรศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนบางกะมา

เอกสารอ้างอิง

- [1] *The Twelfth National Economic and Social Development Plan*. (2017-2021).
<https://www.nesdc.go.th/the-national-economic-and-social-development-plan/the-twelfth-plan/>
- [2] *Summary of the domestic tourism situation by province*. (2020-2022.).
https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/statistics_and_indicators.
- [3] Ratchaburi. (2021). *General of Ratchaburi*. <https://www.nfcrbr.or.th/data/ratchaburi.pdf>.
- [4] Bangkama. (2024). Life in a World Heritage forest an adapting for sustainability.
<https://www.gefsgpthailand.org/bang-kama>.
- [5] Buhalis, D. 2000. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- [6] Choibamroong, T. (2008). *International Thai Tourism 2008*. Thailand Tourism Development Research Institute.
- [7] Lertpakanont, R., & Lertpakanont, V. (2014). Potential development of community, Ban Muang Kung, Artistic Cultural Tourism. *Modern Management Frontier Journal*, 12(1), 22–38. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/stou-sms-pr/article/view/21253>.
- [8] Wannathanom, C. (2009). *Tourism Industry*. Bangkok, Samlada Ltd., Partnership.
- [9] Community Based Tourism Institute. (2013). *To development of community based tourism standard in ASEAN region towards international credibility*.
<https://drict.nrct.go.th/Search/SearchDetail/301242>.
- [10] World Tourism Organization. (n.d.). *Community Based Tourism*. https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-05/Global%20Summit%20Concept%20Note_200522.pdf?VersionId=jXgbyTnBHKJxY11UMGSdnPhfVY6ua_I0.
- [11] Designated Areas for Sustainable Tourism Administration. (2016). Community Based Tourism.
https://www.dasta.or.th/uploads/files/202307/1690267361_b99a54bd84dab34d83ea.pdf.
- [12] Pelasol, M. R. J., Tayoba, M. A. T., Mondero, E., Jugado, K., & Lahaylahay, C. (2012). Igcabugao: A potential tourist destination in the southern part of Iloilo, Philippines. *International Peer Reviewed Journal JPAIR Multidisciplinry Research*, 8, 71-78.
- [13] Vinijvorakijkul, N., & Ongklewb, S. (2024). Tourism Elements and Development Approaches: A Case of the Puak Taem Community in Chiang Mai, Thailand. *Chiangmai University Journal of Humanities* 25(2) <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JHUMANS/article/view/273484>.
- [14] Kupkitaphun K., and Bunjongmanee, P. (2020). The Guidelines of Health Tourism Development of European Tourist in Prachuap Khiri Khan Province. *Journal of Graduate Valaya Alongkorn Rajabhat University* 14 (1), 1.
- [15] Kanjanaratana, N., and Pookaiyudom, K. (2020). Components of Tourism Affects the Interest in Nostalgic Tourism of Thai Tourists Based in Bangkok. *Journal of Sports Science and Health* 21(2) 283-294.

- [16] Suksri, S. (2011). Community Rights in Forest Management.
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=918670456956413&set=a.627981579358637&id=100064404023906>.
- [17] Natural Park Guild book. (2020). *Interpretation Sign*. <https://www.dnp.go.th>.
- [18] Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- [19] Lertpakanont, B., & Lertpakanont, V. (2014). Potential development of community, Ban Muang Kung, Artistic Cultural Tourism. *Modern Management Frontier Journal*, 12(1), 22–38. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/stou-sms-pr/article/view/21253>.
- [20] Sertsri, S. (2015). *A Study of Sustainable Tourism Management in Klongkone Community Muang District Samutsongkhram Province*. M.A. (Hospitality and Tourism Management), Graduate School, Bangkok University.

**ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่ากิจการกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน**
**The Relationship Between Firm Value and Stock Prices of Listed Companies
in the Stock Exchange of Thailand with Sustainable Business Practices**

ธนาวุฒิ แก้วอินทร์¹, สุกัญญา กิตติคุณงาม^{2*}, พัทธกษ ทบจันทร์³, เจษฎาภรณ์ ยานุพรหม⁴, และจันทนา วงศ์หาญ⁵
Thanawut Kaew-in¹, Sukanya Kittikhunngam^{2*}, Pitak Thobjan³, Jessadaporn Yanuphrom⁴, and
Janthana Wonghan⁵

^{1, 2*, 3, 4} คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

^{1, 2*, 3, 4} Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok, Thailand

⁵ คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

⁵ Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok, Thailand

Received: September 11, 2025 Revised: October 30, 2025 Accepted: November 4, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินปัจจัยทางการเงินในภาพรวม ศึกษามูลค่ากิจการ เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยด้านกำไรกับประเมินมูลค่า ที่มีความสัมพันธ์ต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่ยั่งยืน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บมจ.ธนาคารกรุงเทพ (BBL) บมจ.ธนาคารกรุงไทย (KBANK) บมจ.ธนาคารกรุงไทย (KTB) บมจ.ปตท. (PTT) และ บมจ.ปตท.สผ. (PTTEP) ดำเนินการเก็บข้อมูลรายไตรมาส พ.ศ. 2558-2567 วิเคราะห์แบบจำลอง Panel Econometrics พบว่า อัตรากำไรต่อหุ้น (EPS) และอัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPM) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ ความเชื่อมั่น 99% ส่วนกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (EBIT) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ ความเชื่อมั่น 99% แบบจำลอง Fixed Effects จึงเหมาะสมมากกว่า Pooled OLS และประเมินปัจจัยทางการเงินได้ 79% ความสัมพันธ์ระหว่าง TOBINS'Q กับราคาหลักทรัพย์ BBL พบว่า EPS และอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E ratio) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ ส่วน EBIT มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ ความเชื่อมั่น 99% KBANK พบว่า P/E ratio มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ NPM และ ROA มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ ความเชื่อมั่น 99% และ 90% ตามลำดับ KTB พบว่า EPS และ P/E ratio มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ ความเชื่อมั่น 99% PTT พบว่า EBIT, P/E ratio และอัตราการจ่ายเงินปันผล (DPR) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ ความเชื่อมั่น 99% PTTEP พบว่า EPS มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ P/E ratio และ NPM มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ ความเชื่อมั่น 99% 95% และ 99% ตามลำดับ การเปรียบเทียบ พบว่า กลุ่มปัจจัยด้านกำไร ได้แก่ EBIT มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ ความเชื่อมั่น 99% และ EPS มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ ความเชื่อมั่น 95% กลุ่มประเมินมูลค่า DPR มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ ความเชื่อมั่น 99%

คำสำคัญ: มูลค่ากิจการ ราคาหลักทรัพย์ นโยบายเงินปันผล ความยั่งยืน บริษัทจดทะเบียน ตลาดหลักทรัพย์

* Corresponding author. Tel.: 080 594 8244

Email address: sukanya.k@mail.rmutk.ac.th

Abstract

This research aims to assess overall financial factors, study enterprise value, and compare groups of profit factors with valuation that are related to the stock price of sustainable companies. The sample groups include Bangkok Bank Public Company Limited (BBL), Kasikornbank Public Company Limited (KBANK), Krungthai Bank Public Company Limited (KTB), PTT Public Company Limited (PTT), and PTT Exploration and Production Public Company Limited (PTTEP). Quarterly data collection from 2015 to 2024 were analyzed. The Panel Econometrics model found that earnings per share (EPS) and net profit margin (NPM) have a positive relationship with stock price with a confidence level of 99%. Earnings before interest and taxes (EBIT) and return on assets (ROA) have a negative relationship with stock price. With 99% confidence, the Fixed Effects model is more appropriate than Pooled OLS and can evaluate 79% of the financial factors. Relationship between TOBINS'Q and stock price BBL found that EPS and price-to-earnings ratio (P/E ratio) have a positive relationship with the stock price, while EBIT has a negative relationship with the stock price with 99% confidence. KBANK found that P/E ratio has a positive relationship with the stock price, NPM and ROA have a negative relationship with the stock price with 99% confidence and 90% confidence, respectively. KTB found that EPS and P/E ratio have a positive relationship with the stock price with 99% confidence. PTT found that EBIT, P/E ratio and dividend payout ratio (DPR) have a positive relationship with the stock price with 99% confidence. PTTEP found that EPS has a positive relationship with the stock price, P/E ratio and NPM have a negative relationship with the stock price with 99% confidence, 95% and 99% confidence, respectively. The comparison found that the profit factor group, including EBIT, has a positive relationship with the stock price with 99% confidence, and EPS has a positive relationship with the stock price with 95% confidence. DPR valuation group has a positive relationship with the stock price with 99% confidence.

Keywords: Firm Value, Stock Prices, Dividend Policy, Sustainability, Listed Company, Stock Exchange

บทนำ

ในทศวรรษ 1800 แนวคิดเรื่องความยั่งยืนและการลงทุนแบบที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ได้ถูกนำมาใช้ในการลงทุนแบบมีจริยธรรม โดยงดเว้นการลงทุนในธุรกิจบาป เช่น หลักษะรีอะห์ หรือกฎหมายของอิสลาม ไม่อนุญาตให้ลงทุนในธุรกิจที่ขัดกับหลักศาสนา เช่น อาวุธ สุรา เป็นต้น ต่อมาในทศวรรษ 1960 กระแสรักษ์โลกรักษ์สิ่งแวดล้อม ต่อด้านการใช้แรงงาน ทาสมาแรง แต่ในแง่ของนิยามยังคลุมเครือ และกระแสนิยมยังคงต่อด้านแนวคิดนี้ เพราะเชื่อว่าวัตถุประสงค์หลักของบริษัทคือกำไรเท่านั้น ต่อมาจึงมีแนวคิดที่หันมาสนใจผู้คนและโลกที่เราอยู่อาศัย เพราะถ้าผู้คนและโลกอยู่ไม่ได้ ก็ยากที่ธุรกิจจะเติบโตได้อย่างยั่งยืน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดทำ Thailand Sustainability Investment (THSI) หรือรายชื่อหุ้นยั่งยืนตั้งแต่ปี 2558 ซึ่งเป็นหุ้นของบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มีความรับผิดชอบต่อสังคมและมีการบริหารงานตามหลักบรรษัทภิบาล (ESG) เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับนักลงทุนที่ต้องการลงทุนตามแนวทางของการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยถูกคัดเลือกจากบริษัทจดทะเบียนที่สมัครใจเข้าร่วมตอบแบบประเมินความยั่งยืน ที่จัดทำโดยตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยการประเมินจะครอบคลุมคำถามในมิติ ESG และมีการทบทวนแบบประเมินทุกปี ให้สอดคล้องกับบริบทและแนวโน้มด้านความยั่งยืน ที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับสากล

และระดับประเทศ แนวโน้มการลงทุนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล เป็นสิ่งที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน นักลงทุนถือว่าเป็นผู้มีกำลังเงินทุนที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ โดยมุ่งแสวงหาและสนับสนุนธุรกิจที่บริหารธุรกิจได้อย่างเข้มแข็ง มีผลประโยชน์ที่ดี ครอบครัวทั้งเรื่องสิ่งแวดล้อมและสังคม การลงทุนในลักษณะนี้เรียกว่า การลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Investments หรือ RI) ซึ่งปัจจุบันมีนักลงทุนที่สนใจการลงทุนแบบ RI เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง [1] (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564)

ธุรกิจในกลุ่มธนาคาร และกลุ่มพลังงาน เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าหลักทรัพย์สูง เป็นตัวแทนภาคเศรษฐกิจที่สำคัญ ราคาหุ้นมักสะท้อนความเชื่อมั่นของนักลงทุน และการเปลี่ยนแปลงราคาหุ้นมีผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์โดยรวม โดยทั้งสองกลุ่มธุรกิจมีลักษณะการดำเนินงานแตกต่างกัน กลุ่มธนาคาร เน้นสินทรัพย์ทางการเงิน มีความเสี่ยงด้านเครดิต อัตราดอกเบี้ย ส่วนกลุ่มพลังงาน เน้นสินทรัพย์ถาวร ขนาดการลงทุนสูง มีความเสี่ยงในเรื่องความผันผวนของราคาน้ำมันในตลาดโลก การดำเนินงานด้าน ESG ของกลุ่มธนาคารตระหนักถึงนโยบายของหน่วยงานกำกับดูแล ผลักดันให้ธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมกับเคลื่อนไหวประเทศมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นองค์กรที่เป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี 2593 และเป้าหมายการเป็นองค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี 2608 นอกจากนี้ยังกำหนดนโยบายด้านความยั่งยืน กรอบการดำเนินงาน และกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนที่สอดคล้องกับบริบทธุรกิจและความสนใจของผู้มีส่วนได้เสีย โดยนำประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนจากการประเมิน อีกทั้งเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มมีส่วนร่วมวางกลยุทธ์ พร้อมทั้งระบุความมุ่งมั่น ตัวชี้วัด และเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวของแต่ละประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืน เพื่อแสดงความมุ่งมั่นตั้งใจในการดำเนินงานด้านความยั่งยืน [2] (ธนาคารกรุงเทพ, 2567)

การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่มพลังงาน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีการบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก โดยกำหนดเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนภายในปี 2583 และการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ภายในปี 2593 นอกจากนี้ มีโครงการดักจับและกักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ การนำก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ไปใช้ประโยชน์ การอนุรักษ์พลังงาน และเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้พลังงาน การเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้ป่าบกและป่าชายเลน ทำการปรับโครงสร้างองค์กร จัดตั้งสายงานรองกรรมการผู้จัดการใหญ่ความยั่งยืนองค์กร เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างจริงจัง การบริหารจัดการพลังงาน เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ยังส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มผลผลิต ลดค่าใช้จ่าย สร้างรายได้ โดยบริษัทที่ถูกจัดให้อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืน หรือ Thailand Sustainability Investment (THSI) มักถูกคาดหวังว่าจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผู้ถือหุ้นในระยะยาวได้ เนื่องจากสามารถบริหารความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมได้ดีกว่าบริษัททั่วไป [3] (Yavuz et al., 2025)

มูลค่ากิจการกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน อาศัยข้อมูลสำคัญที่ใช้ประเมินมูลค่าที่แท้จริงของสินทรัพย์หรือธุรกิจ เช่น กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี อัตราส่วนกำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตรากำไรต่อหุ้น อัตราส่วน Tobin's Q (TOBIN'S Q) อัตราส่วนราคาต่อกำไร และอัตราการจ่ายเงินปันผล เป็นต้น มีความสัมพันธ์ต่อราคาหลักทรัพย์ [4] (Leite et al., 2018) ส่วนตัวแปรด้านกำไร มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ และไม่พบความสัมพันธ์หรือพบผลในทิศทางตรงกันข้าม [5] (Benlemlih, 2019) ความแตกต่างนี้มาจาก โครงสร้างอุตสาหกรรมที่หลากหลาย ความแตกต่างด้านกลยุทธ์ ESG และเงื่อนไขของตลาดทุนในแต่ละประเทศ [6] (Wedajo et al., 2024) สำหรับประเทศไทย แม้ว่าจะมีการผลักดันให้บริษัทจดทะเบียนเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG อย่างต่อเนื่อง ผ่าน SET ESG Ratings และ THSI List จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่ากิจการกับราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ยังพบปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ส่งผลกระทบต่อมูลค่ากิจการกับราคาหลักทรัพย์

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านมูลค่าของกิจการกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ที่วิเคราะห์ทั้งในระดับภาพรวมและระดับรายบริษัท

เพื่ออธิบายปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตลอดจนเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านการเงินอย่างยั่งยืน และความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่ากิจการกับราคาหลักทรัพย์ในประเทศไทย ช่วยให้ผู้บริหารและนักลงทุนเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ และนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ ตลอดจนสนับสนุนการกำหนดนโยบาย และมาตรการของภาครัฐในการพัฒนาตลาดทุนและธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินปัจจัยทางการเงินในภาพรวมที่มีความสัมพันธ์ต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่ากิจการกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
3. เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยด้านกำไร กับกลุ่มอัตราส่วนการประเมินมูลค่า ที่มีความสัมพันธ์ต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับมูลค่ากิจการ (Firm Value)

มูลค่ากิจการ (Firm Value) เป็นตัวสะท้อนการประเมินของตลาด ต่อศักยภาพในการสร้างผลตอบแทน และความมั่นคงทางการเงินของบริษัทในระยะยาว การดำเนินงานอย่างยั่งยืน มีความสำคัญในการยกระดับและเสริมสร้างมูลค่ากิจการ ทั้งนี้ ESG มีผลเชิงบวกต่อ “Tobin’s Q” และ “Enterprise Value to Sales” ในตลาดเกิดใหม่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาลไม่เพียงช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ แต่ยังช่วยยกระดับการประเมินมูลค่าของกิจการในสายตานักลงทุน โดยเฉพาะในตลาดที่ยังมีศักยภาพในการเติบโต ทำให้ความยั่งยืนกลายเป็นกลยุทธ์เชิงรุกที่สามารถสร้างผลตอบแทนเชิงมูลค่าที่จับต้องได้ [7] (Rahat & Nguyen, 2024)

2. ราคาหลักทรัพย์และปัจจัยกำหนด (Stock Prices Determinants)

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพของตลาดทุน กับความสามารถของราคาหลักทรัพย์ต่อการคาดการณ์ผลประกอบการในอนาคต แสดงถึงความสำคัญของข้อมูลทางการเงินในการกำหนดราคาหลักทรัพย์ [8] Pereira Da Silva (2022) พบว่า ตลาดที่มีประสิทธิภาพสูงสามารถปรับตัว และสะท้อนข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ ส่งผลให้ราคาหลักทรัพย์มีความสอดคล้องกับศักยภาพการสร้างผลตอบแทนของกิจการจริง ปัจจัยพื้นฐานทางการเงิน เช่น กำไรต่อหุ้น (EPS) อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) และอัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E ratio) จึงถูกนำมาใช้เป็นตัวชี้วัดสำคัญที่นักลงทุนและตลาดให้ความสำคัญ เนื่องจากสามารถสะท้อนศักยภาพทางเศรษฐกิจของกิจการ และช่วยคาดการณ์ผลการดำเนินงานในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ทฤษฎีการประเมินมูลค่าและกำไร (Valuation and Profitability Theories)

ราคาหลักทรัพย์เป็นกลไกสำคัญที่สะท้อนถึงกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับในอนาคต และศักยภาพในการสร้างกำไรของกิจการ นักลงทุนและนักวิเคราะห์ทางการเงินจะนิยมใช้ P/E ratio เป็นตัวชี้วัดมูลค่าและกำไรอย่างแพร่หลายในการประเมินความคุ้มค่าและศักยภาพการเติบโตของบริษัท จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน เช่น กำไรต่อหุ้น (EPS) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (EBIT) และอัตรากำไรสุทธิ (NPM) มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการประเมินมูลค่าของกิจการในตลาดทุน เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวช่วยเพิ่มความโปร่งใส และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ นักลงทุน ทำให้ตลาดสามารถสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น [9] (Waldau., 2024)

4. นโยบายเงินปันผล (Dividend Policy Theory)

นโยบายเงินปันผลถือเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพ และความมั่นคงของกิจการไปยังตลาดทุน นักลงทุนมักให้ความสำคัญกับเงินปันผลที่ได้รับในปัจจุบันมากกว่าการคาดการณ์การเติบโตในอนาคต เนื่องจากเงินปันผลที่จับต้องได้สามารถสร้างความมั่นใจและลดความไม่แน่นอนในการลงทุน อย่างไรก็ตาม [10] Nguyen (2025) ได้อภิปรายว่า ระดับของ Dividend Payout Ratio (DPR) ไม่ได้สะท้อนเพียงทัศนคติของนักลงทุนต่อเงินปันผล แต่ยังขึ้นอยู่กับสภาพคล่องที่เพียงพอต่อการจ่ายปันผล หรือโอกาสในการลงทุนใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นซึ่งผลักดันให้กิจการเลือกกระจายผลตอบแทนกลับสู่ผู้ถือหุ้น ดังนั้น DPR ที่สูงจึงอาจสะท้อนทั้งความสามารถทางการเงินและกลยุทธ์การจัดสรรเงินทุนของกิจการร่วมด้วย

5. ทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory)

การประกาศผลกำไร การเปลี่ยนแปลงนโยบายเงินปันผล หรือการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินอื่นๆ เป็น “สัญญาณ” ที่แสดงถึงคุณภาพของบริษัทต่อนักลงทุน ซึ่งตลาดทุนจะตอบสนองต่อสัญญาณดังกล่าวผ่านการปรับราคาหลักทรัพย์ทันที [6] Wedajo et al. (2024) พบว่า ปัจจัยเหล่านี้ก่อให้เกิดผลกระทบในระยะสั้น (Short Term Effects) อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในตลาดเกิดใหม่ซึ่งยังเผชิญกับปัญหาความไม่สมบูรณ์ของข้อมูล การอธิบายสัญญาณทางการเงินจึงมีความสำคัญต่อการสร้างการรับรู้และคาดการณ์ต่อมูลค่ากิจการ แสดงให้เห็นว่า สัญญาณที่เกี่ยวข้องกับผลกำไรและนโยบายปันผลสามารถเสริมสร้างความเชื่อมั่นและพฤติกรรมการลงทุนในตลาดที่มีข้อจำกัดด้านข้อมูลได้อย่างมีนัยสำคัญ [6] (Wedajo et al., 2024)

6. ESG และการลงทุนอย่างยั่งยืน (Sustainability & ESG Investment)

การเปิดเผยข้อมูลด้าน ESG เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการในระยะยาว ที่สะท้อนถึงความยั่งยืน โปร่งใส และรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากการทบทวนวรรณกรรมที่ใช้โมเดล Cross Lagged Panel พบว่า ESG มีผลเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการที่วัดด้วย Tobin's Q และราคาหลักทรัพย์ในตลาดเกิดใหม่ แสดงถึงความมีเสถียรภาพของปัจจัยด้าน ESG ในการสร้างความเชื่อมั่นต่อนักลงทุน ทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงจากปัญหาภายนอก และยังเป็นกลยุทธ์ในการเสริมสร้างมูลค่ากิจการและความสามารถในการแข่งขันของกิจการในตลาดทุนอย่างยั่งยืน [11] (Wang et al., 2025)

7. กรอบเศรษฐมิติสำหรับข้อมูล Panel (Panel Data Econometrics)

สำหรับการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ การประยุกต์ใช้แบบจำลองข้อมูล Panel เช่น Fixed Effects (FE) และ Random Effects (RE) ถือว่าเป็นแนวทางมาตรฐานที่ช่วยควบคุมความแตกต่างระหว่างหน่วยข้อมูล และสามารถเลือกใช้แบบจำลองที่เหมาะสมผ่านการทดสอบ Hausman Test นอกจากนี้ งานวิจัยของ [12] Ke et al. (2024) อภิปรายถึงความสำคัญของการประเมินความทนทานของผลลัพธ์ด้วย Robust Methods ซึ่งสามารถลดอคติและเพิ่มความถูกต้องของการอนุมาน โดยเฉพาะในกรณีที่แบบจำลอง Panel Econometrics มีปัจจัยร่วม (Interactive Effects) ที่ซับซ้อน การใช้ Robust Inference ช่วยให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือและสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งยังช่วยยืนยันความถูกต้องของผลลัพธ์ภายใต้เงื่อนไขข้อมูลจริงที่มีความไม่สมบูรณ์หรือมีความผันผวนสูงในตลาดทุน [12] (Ke et al., 2024)

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

8.1 งานวิจัยต่างประเทศ

[13] Seok et al. (2024) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) กับมูลค่ากิจการ พบว่า ESG Performance มีผลเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการที่วัดด้วยค่า Tobin's Q และองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมและธรรมาภิบาลส่งผลต่อทั้งความพึงพอใจและมูลค่ากิจการ ขณะที่ด้านสังคมส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า แต่ไม่ส่งผลโดยตรงต่อมูลค่ากิจการ และพบว่า ในอุตสาหกรรมที่มีความอ่อนไหวต่อสิ่งแวดล้อม การเชื่อมโยง ESG ผ่านความพึงพอใจของลูกค้ามีความชัดเจนมากกว่า แสดงให้เห็นว่า ESG ไม่เพียงสร้างมูลค่าทางการเงินผ่านการลดความเสี่ยงหรือดึงดูดนักลงทุน แต่ยังดำเนินการผ่านกลไกการตลาดที่สำคัญในการสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคด้วย

[14] Ditzen et al. (2025) ได้พัฒนาแบบจำลองทางเศรษฐมิติสำหรับ Multiple Structural Breaks ใน Panel Data Models ที่มี Interactive Fixed Effects ทั้งนี้ ได้เสนอขั้นตอนการทดสอบการประมาณจำนวนและตำแหน่งของ Break ตลอดจนการสร้าง Confidence Intervals โดยประยุกต์ใช้กับข้อมูลรายไตรมาสของธนาคารพาณิชย์ของสหรัฐฯ 3,500 แห่ง ในปี 2005-2021 เพื่อตรวจสอบผลกระทบของนโยบาย Quantitative Easing (QE) ต่อการปล่อยสินเชื่อ เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างจำนวน 7 จุด สัมพันธ์กับเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจระดับมหภาค เช่น วิกฤติการเงินโลกปี 2007-2008 และการดำเนินนโยบาย QE1-QE4 ของธนาคารกลางสหรัฐฯ ดังนั้น QE ส่งผลต่อการปล่อยสินเชื่อของธนาคารเพียงบางช่วง โดยเฉพาะในระยะท้าย QE3 และ QE4 แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นของการใช้วิธีการ Robust Inference ภายใต้โครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ Panel Econometrics

[16] Chau et al. (2025) ได้ศึกษาข้อมูลบริษัทขนาดใหญ่ใน 12 ประเทศเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ESG และมูลค่ากิจการ โดยแก้ปัญหา Endogeneity ด้วยวิธี Gaussian Copula Model พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง ESG กับ มูลค่ากิจการเป็นเส้นโค้งรูปตัว S แนวนอน (Horizontal S-shaped) กล่าวคือ มูลค่ากิจการจะเพิ่มขึ้นเมื่อผลของ ESG อยู่ในระดับปานกลาง ลดลงในช่วงที่สูงเกินจุดวิกฤต แล้วกลับมาเพิ่มอีกครั้งเมื่อเข้าสู่ระดับสูง ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การลงทุนด้าน ESG ในระยะเริ่มต้นสร้างคุณค่าต่อสัญญาณและโอกาสในการเติบโต แต่ประโยชน์จะลดลงในตลาดที่มีมาตรฐาน ESG สูงอยู่แล้ว เช่น ยุโรปที่ตลาดได้สะท้อนข้อมูล ESG ไว้ในราคาแล้ว ทั้งนี้ ยังพบว่า Governance Quality และ Sustainability Framework เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดความแรงของผล ESG ต่อมูลค่ากิจการในแต่ละประเทศ

8.2 งานวิจัยในประเทศ

[17] Mongkhon Moolkham (2025) ได้ศึกษาผล ESG Ratings ต่อมูลค่ากิจการของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลจาก 157 บริษัทในปี 2023 และใช้ Market Capitalization (Log) เป็นตัวแทนของ Firm Value ผลการวิเคราะห์ OLS พบว่า ESG Ratings มีผลบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ต่อมูลค่ากิจการ และยังพบว่า การประเมินโดยบุคคลที่ 3 ช่วยเสริมผลบวกของ ESG ต่อมูลค่ากิจการ ในขณะที่การประเมินจากหลายแหล่งอาจลดทอนผลดังกล่าวเนื่องจาก “ข้อมูลมีความขัดแย้ง” ซึ่งสร้าง Information Asymmetry นอกจากนี้ การประกาศผล ESG Ratings ทำให้ราคาหุ้นมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้งในระยะสั้นและต่อเนื่องหลายสัปดาห์ แสดงถึงความสำคัญของ ESG และความน่าเชื่อถือของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับ Signaling Theory และมีผลต่อการกำหนดมูลค่ากิจการในตลาดเกิดใหม่ในประเทศไทย

[18] Sany et al. (2024) ใช้ข้อมูลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) จำนวน 28 แห่ง ปี 2018-2022 เพื่อศึกษาผล Board Multiple Directorships และผล ESG ต่อมูลค่ากิจการที่วัดด้วย Tobin's Q โดยใช้แบบจำลอง Panel Data แบบ Random Effects Model พบว่า ESG Score มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.10$) ต่อมูลค่ากิจการ ตาม Stakeholder Theory ว่าการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนช่วยสร้างคุณค่า และความเชื่อมั่นในตลาด ขณะที่ Board Busyness ไม่มีผลต่อมูลค่ากิจการ แสดงให้เห็นว่า การมีกรรมการที่ดำรงตำแหน่งหลายแห่งไม่ได้เพิ่มประสิทธิภาพหรือคุณค่าของกิจการในประเทศไทย ดังนั้น ตลาดทุนของไทยให้ความสำคัญกับ “การเปิดเผยและการดำเนินการด้าน ESG” มากกว่าคุณลักษณะของบอร์ดในการกำหนดมูลค่ากิจการ

[19] ปยาภิกค์ดิ์ เจียรสุคนธ์ (2567) ได้ศึกษาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG Disclosure) กับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้แบบจำลอง Structural Equation Modeling (SEM) กับข้อมูลจาก 351 บริษัท พบว่า การเปิดเผยข้อมูล ESG มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการผ่านผลการดำเนินงานทางการเงิน คือ ROA และ ROE นอกจากนี้ด้านธรรมาภิบาลมีอิทธิพลสูงสุดต่อมูลค่ากิจการ รองลงมาคือ สิ่งแวดล้อมและสังคม ดังนั้น การเปิดเผยผล ESG ที่มีความโปร่งใสและมีระบบธรรมาภิบาลที่ดี ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของนักลงทุนและส่งผลต่อการประเมินมูลค่ากิจการในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Stakeholder Theory และ Signaling Theory

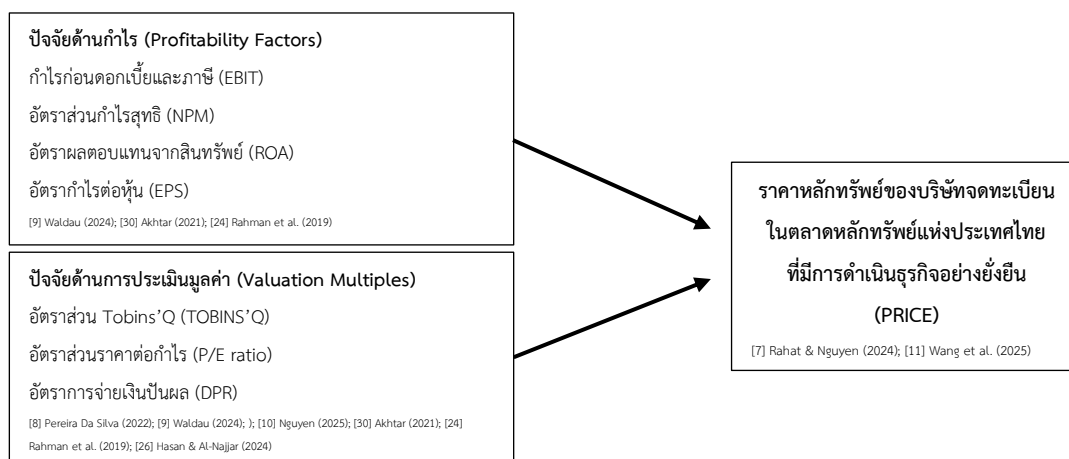
จากการหลักการ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า มูลค่ากิจการและราคาหลักทรัพย์ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางการเงินและการดำเนินงานด้านความยั่งยืน (ESG) โดยตัวแปรด้านกำไร ได้แก่ EBIT ROA NPM และ EPS เป็นต้น และตัวชี้วัดการประเมินมูลค่า ได้แก่ P/E Ratio Tobin's Q และ DPR เป็นต้น เป็นกลไกที่แสดงถึงศักยภาพของกิจการในตลาดทุน ขณะเดียวกันการเปิดเผยและการดำเนินงานด้าน ESG ที่มีธรรมาภิบาลชัดเจนช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของนักลงทุนและส่งผลบวกต่อมูลค่ากิจการ โดยเฉพาะในตลาดเกิดใหม่อย่างประเทศไทย งานวิจัยนี้จึงผสมผสานทั้งแนวคิดทางเศรษฐมิติและทฤษฎีทางการเงิน เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่ากิจการกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนอย่างเป็นระบบ

ตารางที่ 1 แสดงการเชื่อมโยงหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปร ที่ใช้ในการศึกษา	ความหมายเชิงทฤษฎี	หน่วยวัด	แหล่งอ้างอิง
แนวคิดมูลค่ากิจการ (Firm Value)	ราคาหลักทรัพย์ของบริษัท จดทะเบียน (PRICE)	มูลค่ากิจการสะท้อนการประเมินของตลาดต่อศักยภาพในการสร้างผลตอบแทนในระยะยาว	บาทต่อหุ้น	[7] Rahat & Nguyen (2024); [11] Wang et al. (2025)
ทฤษฎีการประเมินมูลค่า (Valuation Theory)	P/E Ratio, Tobin's Q	ราคาหลักทรัพย์สะท้อนกระแสเงินสดที่คาดว่าจะได้รับและมูลค่ากิจการในอนาคต	เท่า	[8] Pereira Da Silva (2022); [9] Waldau (2024); [30] Akhtar (2021); [34] Rahman et al. (2019)
ทฤษฎีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Theory)	EBIT, ROA, NPM, EPS	ความสามารถในการสร้างผลตอบแทนจากสินทรัพย์และทุนเป็นปัจจัยหลักที่ผลักดันราคาหลักทรัพย์	EBIT (ล้านบาท), ROA (%), NPM (%) และ EPS (บาท/หุ้น)	[9] Waldau (2024); [30] Akhtar (2021); [34] Rahman et al. (2019)
ทฤษฎีนโยบายเงินปันผล (Dividend Policy Theory)	DPR (Dividend Payout Ratio)	การจ่ายเงินปันผลเป็นสัญญาณของฐานะทางการเงินและกลยุทธ์การจัดสรรทุนของบริษัท	(%)	[10] Nguyen (2025); [36] Hasan & Al-Najjar (2024)
ทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory)	EPS, DPR	การประกาศผลกำไรหรือนโยบายปันผลเป็นสัญญาณเชิงบวกที่สะท้อนคุณภาพของกิจการ	EPS (ล้านบาท) และ DPR (%)	[30] Akhtar (2021); [34] Rahman et al. (2019)
กรอบเศรษฐมิติสำหรับข้อมูล Panel (Panel Econometrics Framework)	โครงสร้างแบบจำลอง ข้อมูล Panel	การใช้ข้อมูล Panel ช่วยสะท้อนความเคลื่อนไหวของบริษัทและเวลาได้อย่างแม่นยำ	Fixed Effects (FE), Random Effects (RE), Hausman Test, Robust LS	[12] Ke et al. (2024); [12] Ditzen et al. (2025); [18] Sany et al. (2024)

ที่มา: จากการทบทวนวรรณกรรม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเศรษฐมิติ (Econometric Analysis) ภายใต้กรอบ Panel Data เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่ากิจการกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้โปรแกรม EViews ตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบ Correlation Matrix เพื่อประเมินปัญหา Multicollinearity จากนั้นทำการประมาณค่าแบบจำลองด้วยวิธี Fixed Effects Model และ Random Effects Model และใช้ Hausman Test เพื่อเลือกแบบจำลองที่เหมาะสม พร้อมตรวจสอบสมมติฐานของแบบจำลอง ได้แก่ Heteroskedasticity, Normality และ Autocorrelation เพื่อยืนยันความถูกต้องเชิงเศรษฐมิติ ทั้งนี้ ได้ทำการทดสอบ Robustness Checks เพิ่มเติมด้วยวิธี Robust Least Squares (RLS) เพื่อควบคุมผลกระทบของ Outliers และความเสถียรภาพของผลลัพธ์ที่ได้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จากการศึกษาบริษัทกลุ่มหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในปี 2567 จำนวน 220 บริษัท [20] ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2567) ทั้งนี้ได้ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย กำหนดเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้ 1) ต้องเป็นบริษัทที่ได้รับการจัดให้อยู่ในรายชื่อ Thailand Sustainability Investment (THSI) และ/หรือได้รับการจัดอันดับ SET ESG Ratings อย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 5 ปีติดต่อกันในช่วงปี พ.ศ. 2562-2567 เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทมีการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอย่างสม่ำเสมอ 2) ต้องเป็นบริษัทที่มีมูลค่าสินทรัพย์รวมสูงสุด 5 อันดับแรกของกลุ่มอุตสาหกรรม โดยเลือกจาก 2 ภาคธุรกิจ ได้แก่ ภาคการเงินและพลังงาน ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์และการเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์ 3) ต้องมีข้อมูลทางการเงินรายไตรมาสครบถ้วนตลอดช่วงเวลา พ.ศ. 2558 ถึง 2567 รวมระยะเวลา 10 ปี หรือ 40 ไตรมาส เพื่อให้ได้ข้อมูลแบบ Balanced Panel ซึ่งช่วยลดอคติของการประมาณค่าและสะท้อนการเคลื่อนไหวของตัวแปรในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมข้อมูลทั้งสิ้น 200 ข้อมูล ซึ่งเหมาะสมกับการวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติภายใต้แบบจำลอง Fixed Effects Model และ Random Effects Model ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ตารางที่ 2 รายชื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ได้รับการจัดให้อยู่ใน THSI หรือ SET ESG Ratings

ชื่อบริษัท	ชื่อย่อ	วัน เดือน ปี ที่เข้าจดทะเบียน	SET ESG Ratings
1. บริษัท ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	BBL	24 เมษายน พ.ศ.2518	AAA
2. บริษัท ธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน)	KBANK	9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2519	AAA
3. บริษัท ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	KTB	2 สิงหาคม พ.ศ.2532	AAA
4. บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	PTT	6 ธันวาคม พ.ศ.2544	AAA
5. บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียมจำกัด (มหาชน)	PTTEP	10 มิถุนายน พ.ศ.2536	AA**

ที่มา: [20] ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2567)

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่ากิจการกับราคาหลักทรัพย์ โดยใช้เครื่องมือหลักเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากฐานข้อมูลทางการเงินที่เป็นมาตรฐาน และได้รับการยอมรับในระดับประเทศ ได้แก่ SETSMART [21] (SETSMART, 2567) และรายงานประจำปี (Annual Reports) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ [22] (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2567) ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน (Financial Reporting Standards) ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้อง ครบถ้วน และตรวจสอบย้อนกลับได้

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการด้วยโปรแกรม EViews ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ทางเศรษฐมิติที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยใช้เทคนิคการจัดการข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ การตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล การปรับข้อมูลด้วยวิธี Winsorization ที่ระดับ 1% - 99% เพื่อแก้ปัญหา Outliers และตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วย Correlation Matrix ก่อนทำการวิเคราะห์ ทั้งนี้ ช่วยให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) ทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้ข้อมูลจริงจากตลาดทุน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวทางการจัดการข้อมูล Documentary Research และการใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากฐานข้อมูลที่น่าเชื่อถือในประเทศไทย ได้แก่ SETSMART [21] (SETSMART, 2567) และรายงานประจำปี (Annual Reports) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ [22] (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2567) ให้ความสำคัญกับการเก็บข้อมูลที่มีความต่อเนื่อง ครบถ้วน และสามารถเปรียบเทียบได้ระหว่างช่วงเวลา และระหว่างบริษัท โดยมี 4 ขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดขอบเขตกลุ่มตัวอย่างอย่างชัดเจน คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และได้รับการยอมรับผ่านการจัดอันดับในรายชื่อ Thailand Sustainability Investment (THSI) และ/หรือ SET ESG Ratings โดยเลือกเฉพาะบริษัทที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและตลาดทุนไทย รวมทั้งมีข้อมูลครบถ้วนตลอดช่วงเวลา 10 ปี (2015Q1-2024Q4) ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ (BBL) ธนาคารกสิกรไทย (KBANK) ธนาคารกรุงไทย (KTB) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (PTT) และบริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) (PTTEP)

ขั้นตอนที่ 2 การรวบรวมข้อมูลราคาหลักทรัพย์และปัจจัยทางการเงินจากหลายแหล่งที่เป็นที่ยอมรับ เช่น ฐานข้อมูล SETSMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลทางการเงินและราคาหลักทรัพย์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในงานวิจัยเชิงวิชาการ รายงานประจำปี (Annual Reports) และแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1 One Report) ของบริษัทจดทะเบียน ซึ่งเป็นข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบตามมาตรฐานการบัญชีและการเปิดเผยข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

ขั้นตอนที่ 3 การจัดการข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบ Panel Data โดยจัดเรียงข้อมูลเป็น 2 รูปแบบ คือ Cross Section ของทั้ง 5 บริษัท และ Time Series (40 ไตรมาส) รวมเป็น 200 ข้อมูล (Balanced Panel) จากนั้นทำการแปลงและปรับแต่งข้อมูลให้พร้อมสำหรับการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ ได้แก่ การแปลงค่า Log และ Signed Log เพื่อจัดการกับข้อมูลที่มีการกระจายตัวสูงหรือติดค่าลบ เช่น EBIT และ EPS การ Winsorize ข้อมูลที่เปอร์เซ็นต์ไทล์ 1 และ 99 เพื่อลดปัญหาของ Outliers ที่อาจบิดเบือนผลการวิเคราะห์ และการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล เพื่อให้มั่นใจว่า Panel Data อยู่ในรูปแบบที่สมดุล (Balanced Panel) และไม่มีค่าขาดหาย (Missing Values) ที่กระทบต่อการประมาณค่า

ขั้นตอนที่ 4 การนำข้อมูลที่จัดเตรียมแล้วนำเข้าโปรแกรม EViews เพื่อทำการวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติ โดยใช้แบบจำลอง Panel Data ซึ่งรองรับทั้ง Pooled OLS, Fixed Effects, Random Effects รวมถึงการตรวจสอบความทนทานของผลลัพธ์ด้วย Robust Least Squares และแบบจำลองที่มีโครงสร้าง AR Terms การใช้วิธีนี้ทำให้มั่นใจได้ว่าผลลัพธ์ที่ได้มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และสามารถตีความในเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ [23] (Baltagi, 2021)

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ระเบียบวิธีเชิงเศรษฐมิติสำหรับข้อมูล Panel Econometrics ซึ่งมีความเหมาะสมกับข้อมูลที่ประกอบด้วยบริษัทหลายแห่ง (Cross Sections) และช่วงเวลาหลายไตรมาส (Time Series) รวมทั้งสามารถควบคุมความแตกต่างเฉพาะบริษัทและผลกระทบด้านเวลาได้ในคราวเดียวกัน การวิเคราะห์ดำเนินการโดยใช้โปรแกรม EViews โปรแกรมมาตรฐานสำหรับการวิเคราะห์เชิงสถิติและเศรษฐมิติ ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เริ่มจากสรุปค่าทางสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่ามัธยฐาน (Median)

รวมถึงเปอร์เซ็นต์ที่ 1 และ 99 (p1, p99) เพื่อสะท้อนลักษณะการกระจายตัวของข้อมูล ช่วยให้เข้าใจความแปรปรวนของราคาหลักทรัพย์และปัจจัยพื้นฐานทางการเงิน ตลอดจนตรวจสอบความผิดปกติของข้อมูลก่อนเข้าสู่การวิเคราะห์เชิงลึก

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เบื้องต้น (Correlation Analysis) ตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variables) โดยใช้ Correlation Matrix เพื่อประเมินปัญหา Multicollinearity ซึ่งทำให้ค่าประมาณของสัมประสิทธิ์ขาดความแม่นยำ

3. การประมาณค่าแบบจำลอง Panel Econometrics โดยใช้หลายวิธีเพื่อเปรียบเทียบความเหมาะสม ได้แก่ Pooled OLS ใช้วิเคราะห์เบื้องต้นโดยไม่แยกความแตกต่างเฉพาะบริษัทและเวลา พบว่า EPS, NPM และ P/E มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อราคาหลักทรัพย์ ในขณะที่ EBIT และ ROA มีผลเชิงลบ และ DPR ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ, Fixed Effects (FE) เพิ่มตัวควบคุมความแตกต่างเฉพาะบริษัทและช่วงเวลา เพื่อแสดงผลที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง, Random Effects (RE) ทดสอบความเหมาะสมโดยสมมติว่าความแตกต่างเฉพาะบริษัทเป็นแบบสุ่ม และ Hausman Test ใช้เปรียบเทียบ FE และ RE เพื่อเลือกแบบจำลองที่เหมาะสมที่สุด

4. การตรวจสอบความทนทานของผลลัพธ์ (Robustness Checks) เพื่อให้มั่นใจในความน่าเชื่อถือของผลลัพธ์ การวิจัยได้ทำการตรวจสอบเพิ่มเติม ได้แก่ Robust Least Squares (RLS) ใช้ M-estimation เพื่อลดผลกระทบของ Outliers พบว่า ผลการประมาณยังคงสอดคล้องกับ Pooled OLS และ FE นอกจากนี้ Fixed Effects, AR(1) และ AR(2) เพิ่มโครงสร้าง Autoregressive เพื่อลดอคติจาก Serial correlation ซึ่งปรากฏจากค่า Durbin Watson ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ วิเคราะห์แยกตามบริษัท BBL, KBANK, KTB, PTT และ PTTEP เพื่อสะท้อนความแตกต่างเชิงโครงสร้างของแต่ละอุตสาหกรรม

ดังนั้น การวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยนี้ครอบคลุมทั้งการสรุปข้อมูลเบื้องต้น การตรวจสอบปัญหาเชิงสถิติ การเลือกแบบจำลองที่เหมาะสม และการทดสอบความทนทานของผลลัพธ์ ทำให้มั่นใจได้ว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปอภิปรายเชื่อมโยงกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างครบถ้วน

ตารางที่ 3 ความเชื่อมโยงระหว่างวัตถุประสงค์การวิจัย แบบจำลองทางเศรษฐมิติ และเกณฑ์การทดสอบทางสถิติ

วัตถุประสงค์การวิจัย	การทดสอบ	วัตถุประสงค์ของการทดสอบ	เกณฑ์
1. เพื่อประเมินปัจจัยทางการเงินในภาพรวมที่มีความสัมพันธ์ต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน	Pooled OLS, Fixed Effects (FE), Random Effects (RE)	ประเมินผลรวมของตัวแปรทางการเงินที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์	ใช้ Hausman Test หาก $p\text{-value} < 0.05$ เลือก FE Model, หาก $p\text{-value} \geq 0.05$ เลือก RE Model
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าการกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน	FE/RE Models และ Robust Least Squares (RLS)	วิเคราะห์ทิศทางและความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าการกับราคาหลักทรัพย์ พร้อมตรวจสอบความทนทานของผลลัพธ์	หากผล FE/RE และ RLS ให้ทิศทางเดียวกัน ผลลัพธ์มีความทนทาน (Robustness) หากค่าสัมประสิทธิ์ มีค่า $p < 0.05$ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
3. เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยด้านกำไร กับกลุ่มอัตราส่วนการประเมินมูลค่า ที่มีความสัมพันธ์ต่อราคาหลักทรัพย์	Panel Regression (FE/RE) และ Correlation Matrix	เปรียบเทียบอิทธิพลของกลุ่มตัวแปรต่อราคาหลักทรัพย์	ใช้ค่า Standardized Coefficient และ Correlation Coefficient (r) ในการเปรียบเทียบผลกระทบสัมพัทธ์ หากค่าสัมประสิทธิ์ของกลุ่มใด สูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) แสดงว่ากลุ่มนั้นมีอิทธิพลต่อราคาหลักทรัพย์มากกว่า
การตรวจสอบคุณภาพของแบบจำลองเพิ่มเติม	Normality (Jarque-Bera) Heteroskedasticity (Breusch-Pagan/White) Autocorrelation (Durbin-Watson/AR Terms)	ตรวจสอบสมมติฐานทางเศรษฐมิติ	$p > 0.05$ ข้อมูลแจกแจงปกติ $p < 0.05$ พบ Heteroskedasticity ค่า $DW \approx 2$ ไม่มี Autocorrelation หากพบปัญหา ปรับแบบจำลองด้วย AR(1)/AR(2) Terms

ที่มา: [20] Baltagi, B. H. (2021). Econometric Analysis of Panel Data.

ผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้ข้อมูล Panel Data ของบริษัทจดทะเบียน 5 แห่งที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ครอบคลุมช่วงปี 2015Q1-2024Q4 รวม 200 ข้อมูล (Balanced Panel) ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้เป็น 4 ส่วนสำคัญ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตัวแปร	Mean	Median	Max	Min	Std. Dev.	Skewness	Kurtosis	JB-Prob
LOG_PRICE_	1.8474	2.0626	2.3729	0.9590	0.3990	-0.5486	1.8008	0.0000
TOBIN_S_Q	0.8554	0.8700	10.6800	0.1800	1.2347	7.5984	60.7470	0.0000
SLOG_EBIT_	3.2015	3.6033	3.8708	-2.0015	0.9783	-3.2458	16.6217	0.0000
NPM	15.5572	17.2750	26.7800	-15.1000	8.0828	-1.2627	5.2756	0.0000
ROA	4.0034	1.9000	18.3200	-3.9800	4.4922	1.5894	5.2003	0.0000
SLOG_EPS_	2.0613	2.3468	3.2064	-2.2235	0.9859	-1.6255	7.7543	0.0000
P_E	10.8190	9.8350	38.6700	3.5700	5.4921	3.3599	16.0527	0.0000
DPR	3.9622	3.8800	7.9800	1.7200	1.5193	0.7468	3.0652	0.0001

All variables are winsorized at the 1st and 99th percentiles. Jarque-Bera p-values < 0.01 indicate non-normal distribution

จากค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงให้เห็นว่า ราคาหลักทรัพย์ (LOG_PRICE_) อยู่ที่ 1.8474 (Std. Dev. = 0.3990) ขณะที่ตัวแปรด้านกำไร เช่น EBIT (SLOG_EBIT_) และ EPS (SLOG_EPS_) มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า 2.0 แต่มีการกระจายสูงและมีค่าติดลบบางช่วงเวลา ซึ่งสอดคล้องกับกำไรของบริษัทที่อาจติดลบในบางไตรมาส จึงมีการใช้ Signed Log เพื่อป้องกันปัญหาค่า log ที่ไม่สามารถคำนวณได้ สำหรับ P/E ratio มีค่าเฉลี่ย 10.8190 แต่สูงที่สุดถึง 38.6700 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างของการประเมินมูลค่าตลาด โดยเฉพาะในช่วงที่นักลงทุนมีความคาดหวังต่อผลตอบแทนที่สูงกับบางบริษัท ขณะที่ NPM และ ROA มีความกระจายสูงมาก แสดงถึงความแตกต่างด้านโครงสร้างกำไรระหว่างธุรกิจธนาคารและพลังงาน การทดสอบ Normality พบว่า ทุกตัวแปรไม่เป็นการแจกแจงปกติ ($p < 0.01$) ซึ่งเป็นลักษณะปกติของข้อมูลทางการเงินที่มักมีการกระจายแบบ Fat Tails และ Skewness [15] (Eom et al., 2019) แต่อย่างไรก็ตาม การใช้วิธี Robust Estimation และ Panel Econometrics ช่วยจัดการปัญหานี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ [12] (Ke et al., 2024)

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เบื้องต้น (Correlation Analysis)

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบ Correlation Matrix

	TOBIN_S_Q	SLOG_EBIT_	NPM	ROA	SLOG_EPS_	P_E	DPR
TOBIN_S_Q	1.0000						
SLOG_EBIT_	0.3356	1.0000					
NPM	0.3189	0.8564	1.0000				
ROA	-0.5726	-0.0797	-0.1612	1.0000			
SLOG_EPS_	-0.0569	0.6017	0.4536	0.0853	1.0000		
P_E	-0.4013	-0.2565	-0.1200	0.0759	-0.0579	1.0000	
DPR	-0.2273	-0.4105	-0.3554	0.1667	-0.2412	-0.2774	1.0000

จากผลการทดสอบ Correlation Matrix พบว่า แม้ว่าตัวแปร SLOG_EBIT_ และ NPM จะมี Correlation สูง ($r = 0.8564$) แต่ Correlation ของตัวแปรอื่นส่วนใหญ่ยังต่ำกว่า 0.60 จึงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้สำหรับการวิเคราะห์ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาการอธิบายผลลัพธ์ [24] (Farrar & Glauber, 1967) ที่พบว่าการรวมตัวแปรที่มี Correlation สูงใน Model Estimation ไม่จำเป็นต้องให้เกิดปัญหา Coefficient Estimation เสมอไป และหากเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อโมเดล

การตัดตัวแปรออกจากก่อให้เกิด Bias แทน และถือว่าปัญหา Multicollinearity อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ จึงไม่เป็นอุปสรรคต่อการประมาณค่าและสอดคล้องกับเกณฑ์ที่ยอมรับได้ในงานวิจัยทางการเงิน [25] (Salmerón-Gómez et al., 2025)

3. ผลการประมาณค่าแบบ Panel Data Models

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบ Pooled OLS Regression Results (LOG_PRICE_)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	p-value
C	1.6997***	0.1075	15.8049	0.0000
TOBIN_S_Q	0.0110	0.0122	0.9010	0.3687
SLOG_EBIT_	-0.4062***	0.0408	-9.9664	0.0000
NPM	0.0241***	0.0044	5.5056	0.0000
ROA	-0.0082**	0.0037	-2.2188	0.0277
SLOG_EPS_	0.4754***	0.0228	20.8309	0.0000
P_E	0.0102***	0.0028	3.6518	0.0003
DPR	0.0016	0.0120	0.1302	0.8965

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.10$; $R^2=0.7477$; $Adj.R^2=0.7385$; $F=81.2748$ ($p=0.0000$)

จากผลการทดสอบ Pooled OLS Regression Results (LOG_PRICE_) พบว่า EPS (Coefficient = 0.4754, $p < 0.01$), NPM (Coefficient = 0.0241, $p < 0.01$) และ P/E (Coefficient = 0.0102, $p < 0.01$) มีผลเชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในทางตรงกันข้าม EBIT (Coefficient = -0.4062, $p < 0.01$) และ ROA (Coefficient = -0.0082, $p < 0.05$) มีผลเชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า แม้บริษัทจะมีกำไรจากการดำเนินงานหรือผลตอบแทนจากสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น แต่ไม่ได้หมายความว่า เป็นสัญญาณบวกเสมอไป ปัจจัยเหล่านี้ อาจสะท้อนถึงความเสี่ยงด้านต้นทุน การลงทุน หรือโครงสร้างธุรกิจที่ซับซ้อน ทำให้ตลาดไม่ตอบสนองต่อการเพิ่มราคาหลักทรัพย์ทันที [8] (Pereira Da Silva, 2022) นอกจากนี้ ค่าความเหมาะสมของแบบจำลอง ($R^2 = 0.7477$) แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรอิสระร่วมกันสามารถอธิบายความผันผวนของราคาหลักทรัพย์ได้ถึงประมาณ 74.77% ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง (High Explanatory Power) เมื่อเทียบกับมาตรฐานในงานวิจัยทางการเงินซึ่งมีความน่าเชื่อถือ [26] (Ozili, 2023; [27] Chen & Qi, 2023)

ตารางที่ 7 ผลการทดสอบ Fixed Effects Regression Results (FE)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	p-value
C	1.7895***	0.1511	11.8423	0.0000
TOBIN_S_Q	0.0104	0.0142	0.7308	0.4660
SLOG_EBIT_	-0.5436***	0.0529	-10.2731	0.0000
NPM	0.0375***	0.0054	6.9072	0.0000
ROA	-0.0149***	0.0047	-3.1622	0.0019
SLOG_EPS_	0.5202***	0.0255	20.4141	0.0000
P_E	0.0079**	0.0036	2.2002	0.0293
DPR	0.0271	0.0195	1.3937	0.1654

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.10$; $R^2=0.7885$; $Adj.R^2=0.7250$; $F=12.4033$ ($p=0.0000$)

จากผลการทดสอบ Fixed Effects Regression Results (FE) พบว่า ผลที่ได้ใกล้เคียงกับ OLS แต่มีการปรับค่า Coefficient บางตัว โดย EPS (Coefficient = 0.5202, $p < 0.01$) และ NPM (Coefficient = 0.0375, $p < 0.01$) ยังคงมีผลเชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ ในขณะที่ EBIT (Coefficient = -0.5436, $p < 0.01$) และ ROA (Coefficient = -0.0149, $p < 0.01$) มีผลเชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ ค่า R^2 เพิ่มขึ้นเป็น 0.7885 แสดงว่า FE model มีความเหมาะสมมากกว่า OLS ในการอธิบายความแตกต่าง [28] (Baltagi, 2014; [29] Le Gallo & SÉNÉgas, 2023)

ตารางที่ 8 ผลการทดสอบ Random Effects Regression Results (RE)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	p-value
C	1.6997***	0.1103	15.4119	0.0000
TOBIN_S_Q	0.0110	0.0125	0.8786	0.3807
SLOG_EBIT_	-0.4062***	0.0418	-9.7186	0.0000
NPM	0.0241***	0.0045	5.3687	0.0000
ROA	-0.0082**	0.0038	-2.1637	0.0317
SLOG_EPS_	0.4754***	0.0234	20.3130	0.0000
P_E	0.0102***	0.0029	3.5609	0.0005
DPR	0.0016	0.0123	0.1270	0.8991

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.10$; $R^2=0.7477$; $Adj.R^2=0.7385$; $F=81.2748$ ($p=0.0000$)

จากผลการทดสอบ Random Effects Regression Results (RE) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์มีทิศทางและขนาดใกล้เคียงกับแบบจำลอง Pooled OLS โดย EPS (Coefficient = 0.4754, $p < 0.01$), NPM (Coefficient = 0.0241, $p < 0.01$) และ P/E (Coefficient = 0.0102, $p < 0.01$) ยังคงมีผลเชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ ขณะที่ EBIT (Coefficient = -0.4062, $p < 0.01$) และ ROA (Coefficient = -0.0082, $p < 0.05$) มีผลเชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรด้านกำไรและตัวแปรวัดมูลค่าตลาดมีความสำคัญต่อการกำหนดราคาหลักทรัพย์ [30] (Akhtar, 2021) ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน [31] (Nittayakamolphon et al., 2025) อย่างไรก็ตาม ความเหมาะสมของโมเดลไม่ได้พิจารณาจากค่า Coefficient เพียงอย่างเดียว แต่ต้องประเมินจากสมมติฐาน หากสมมติฐานไม่เป็นจริง RE Model จะมีค่าประมาณที่ไม่สอดคล้อง จึงต้องใช้ Hausman Test เพื่อตรวจสอบความแตกต่างเชิงระบบระหว่าง FE Model และ RE Model [32] (Hausman, 1978)

ตารางที่ 9 ผลการทดสอบ Hausman Test

Variable	Coefficient (FE)	Coefficient (RE)	Difference	Prob.
TOBIN_S_Q	0.0104	0.0110	-0.0006	0.9267
SLOG_EBIT_	-0.5436	-0.4062	-0.1374	0.0000***
NPM	0.0375	0.0241	0.0135	0.0000***
ROA	-0.0149	-0.0082	-0.0067	0.0172**
SLOG_EPS_	0.5202	0.4754	0.0448	0.0000***
P_E	0.0079	0.0102	-0.0023	0.2758
DPR	0.0271	0.0016	0.0255	0.0896*

Null hypothesis: Random Effects (RE) is consistent and efficient. Alternative hypothesis: Fixed Effects (FE) is consistent, RE is inconsistent. *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.10$, Chi-Sq. Statistic = 27.7927, $p = 0.0002$

จากผลการทดสอบ Hausman Test ใช้เพื่อตัดสินใจเลือกแบบจำลองที่เหมาะสมระหว่าง Random Effects (RE) และ Fixed Effects (FE) หาก FE ไม่สัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในแบบจำลอง RE จะมีคุณสมบัติใกล้เคียงค่าจริง และมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ถ้า FE มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ RE ก็จะเป็น Biased และไม่สอดคล้องกัน ขณะที่ FE ยังคงให้ผลลัพธ์ที่สอดคล้องกัน [32] (Hausman, 1978) ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้ พบว่า ค่า Chi-square = 27.7927, $p = 0.0002$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำให้ปฏิเสธสมมติฐานของ RE และยืนยันได้ว่า FE Model เป็นแบบจำลองที่เหมาะสมที่สุด สำหรับข้อมูลชุดนี้ แสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมขององค์กร เช่น นโยบายการกำกับดูแล ความเข้มข้นด้าน ESG หรือโครงสร้างอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางการเงิน ได้แก่ EPS, EBIT, NPM และ P/E

นอกจากนี้ การเลือกใช้ FE Model ทำให้แบบจำลองจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการแยกแยะความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่แท้จริงของการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรออกจากความแตกต่างเชิงโครงสร้างพื้นฐานของแต่ละองค์กร ส่งผลให้การวิเคราะห์มีความแม่นยำมากขึ้น เช่น การเพิ่มขึ้นของ EPS (Coefficient = 0.5202, $p < 0.01$) ภายในบริษัทเดียวกันในไตรมาสใด ๆ สามารถเชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ของบริษัทนั้นได้โดยตรง สอดคล้องการใช้ FE เหมาะสมสำหรับข้อมูล Panel ในตลาดการเงินที่มี Heterogeneity สูง [33] (Wooldridge, 2019) และยังสอดคล้องกับ [30] Akhtar (2021) และ [34] Rahman and Shamsuddin (2019) ที่พบว่าความแตกต่างด้าน Firm-Specific Factors มีผลต่อการประเมินค่าหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. การตรวจสอบความทนทานของผลลัพธ์ (Robustness Checks)

ตารางที่ 10 Robust Least Squares Regression Results

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	p-value
C	0.0695**	0.0339	2.0507	0.0403
TOBIN_S_Q	0.0048	0.0038	1.2482	0.2120
SLOG_EBIT_	-0.0503***	0.0128	-3.9215	0.0001
NPM	-0.0051***	0.0014	-3.7080	0.0002
ROA	-0.0025**	0.0012	-2.2000	0.0278
SLOG_EPS_	0.5097***	0.0072	70.9108	0.0000
P_E	0.0532***	0.0009	60.5503	0.0000
DPR	0.0171***	0.0038	4.5151	0.0000

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.10$; $R^2=0.6902$; $Adj.R^2=0.6789$; $F=81.2748$ ($p=0.0000$)

จากการวิเคราะห์ด้วย Robust Least Squares (RLS) ใช้เทคนิค M-estimation [35] (De Menezes et al., 2021) เพื่อลดปัญหาของข้อมูลที่ผิดปกติหรือมีค่าเบี่ยงเบนสูง (outliers) พบว่า EPS (Coefficient = 0.5097, $p < 0.01$) และ P/E ratio (Coefficient = 0.0532, $p < 0.01$) ยังคงมีผลเชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า นักลงทุนให้ความสำคัญกับความสามารถในการทำกำไรต่อหุ้น (Earnings Power) และการประเมินมูลค่าตลาด (Valuation Multiples) ไม่ว่าข้อมูลจะถูกปรับลดปัญหาของ Outliers แล้วหรือไม่ ผลที่ได้จากการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับ Signaling Theory ที่อธิบายว่า ผลประกอบการแสดงถึงคุณภาพของบริษัท และสอดคล้องกับ Valuation Theory ที่ให้ความสำคัญกับการใช้ P/E ratio ว่าเป็นตัวกำหนดในการประเมินราคาหลักทรัพย์ [30] (Akhtar, 2021; [34] Rahman and Shamsuddin, 2019)

นอกจากนี้แล้ว การที่ Dividend Payout Ratio (DPR) มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก (Coefficient = 0.0171, $p < 0.01$) ใน Robust Least Squares (RLS) ทั้งที่ไม่มีความสำคัญใน OLS หรือ FE Model แสดงว่า นโยบายการจ่ายเงินปันผลอาจมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ในบางช่วงเวลา [36] (Hasan & Al-Najjar, 2024) โดยเฉพาะอุตสาหกรรมพลังงานที่มีการจ่ายเงินปันผลสม่ำเสมอ นักลงทุนจึงมองว่า Dividend Policy เป็น “สัญญาณของความมั่นคงทางการเงิน” และเป็นเครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นในตลาด ดังนั้น บริษัทที่มีการจ่ายเงินปันผลสูงมี Lower Downside Risk และได้รับการยอมรับจากนักลงทุนมากขึ้น [37] (Farooq et al., 2021)

ตารางที่ 11 ผลการทดสอบ Fixed Effects with AR(1) and AR(2) Regression Results

Variable	AR(1)	p-value	AR(2)	p-value
C	2.0083**	0.0204	5.5442	0.8374
TOBIN_S_Q	-0.0008	0.8397	0.0018	0.5298
SLOG_EBIT_	0.0730***	0.0057	0.0624***	0.0009
NPM	0.0039	0.2218	0.0035	0.1182
ROA	-0.0018	0.7273	-0.0046	0.2064
SLOG_EPS_	-0.0708**	0.0274	-0.0582**	0.0106
P_E	0.0019	0.1511	0.0016*	0.0959
DPR	-0.0177***	0.0030	-0.0188***	0.0000
Statistic	AR(1) Model		AR(2) Model	
R-squared	0.9817		0.9877	
Adjusted R-squared	0.9809		0.9870	
Durbin-Watson	3.1630		1.6663	
Statistic	AR(1) Model		AR(2) Model	

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.10

การเพิ่มโครงสร้าง AR(1) และ AR(2) ในโมเดล Fixed Effects มีเป้าหมายเพื่อลดปัญหา Autocorrelation ของ Residual พบว่า แบบจำลองทั้งสองมีค่า R^2 สูงมาก (0.9817-0.9877) สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของราคาหลักทรัพย์ได้เกือบทั้งหมด นอกจากนี้แล้ว EBIT ยังคงมีผลบวกต่อราคาหลักทรัพย์ (Coefficient = 0.0730, $p < 0.01$; Coefficient = 0.0624, $p < 0.01$) แสดงให้เห็นว่า กำไรจากการดำเนินงานยังเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการประเมินราคาหลักทรัพย์ แม้ว่าจะปรับโครงสร้างโมเดลเพื่อลด Autocorrelation แล้วก็ตาม ขณะที่ DPR มีผลเชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ (Coefficient = -0.0188, $p < 0.01$) แสดงว่ามีความเป็นไปได้ที่ “การจ่ายปันผลสูง” อาจลดศักยภาพการเติบโตและทำให้ราคาหลักทรัพย์ลดลงในช่วงเวลา โดยเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนระยะยาวสูง เช่น พลังงานและปิโตรเลียม นักลงทุนอาจมองว่าการจ่ายปันผลในระดับสูงเป็นการลดเงินทุนสะสมเพื่อการลงทุนอนาคต ซึ่งอาจเป็นสัญญาณของการเติบโตที่ชะลอตัว [38] (He et al., 2017)

ทั้งนี้ EPS ซึ่งมีผลบวกต่อราคาหลักทรัพย์ใน OLS และ FE ในทางตรงกันข้ามกลับมีผลเชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์เล็กน้อย (Coefficient = -0.0708, $p < 0.05$; Coefficient = -0.0582, $p < 0.05$) แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง EPS และราคาหลักทรัพย์อาจขึ้นกับ “การปรับโครงสร้างเวลา” ในแบบจำลอง แต่โดยภาพรวม EPS ยังคงเป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนความผันผวนของราคาหลักทรัพย์ ทั้งนี้ การที่ค่า Durbin Watson ดีขึ้น หลังใส่ AR terms สามารถแก้ไขปัญห Autocorrelation ได้ ทำให้ผลลัพธ์ของแบบจำลองนี้มีความน่าเชื่อถือและเป็นหลักฐานว่า ผลวิจัยนี้มีความทนทาน (Robust) ต่อโครงสร้างของข้อมูลที่มีความซับซ้อน

5. การวิเคราะห์แยกตามบริษัท (Firm-level Analysis)

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์ Firm-level Regression Results

Variable	BBL	KBANK	KTB	PTT	PTTEP
C	3.0606 (0.6830) 4.4813***	-1.1544 (1.4593) -0.7910	0.6132 (1.1456) 0.5353	0.5318 (0.1451) 3.6662***	1.9836 (0.1526) 13.0017***
TOBIN_S_Q	0.0038 (0.0012) 3.1235***	0.0939 (0.4514) 0.2080	-0.3429 (1.0217) -0.3356	-0.3578 (0.1252) -2.8568***	0.4622 (0.2152) 2.1481**
SLOG_EBIT_	-1.6257 (0.3054) -5.3231***	0.5256 (0.5022) 1.0465	-0.0149 (0.0542) -0.2744	0.5285 (0.0355) 14.8984***	-0.0291 (0.0681) -0.4268
NPM	-0.0253 (0.0065) -3.1534***	-0.0246 (0.0078) -3.1534***	-0.0037 (0.0037) -1.0039	-0.0232 (0.0039) -6.0164***	-0.0240 (0.0081) -2.9533***
ROA	-0.0882 (0.0487) -1.8102*	-0.1831 (0.0995) -1.8396*	-0.0104 (0.0150) -0.6937	-0.0145 (0.0028) -5.1841***	-0.0104 (0.0095) -1.1036
SLOG_EPS_	1.6308 (0.2079) 7.8452***	0.6488 (0.4594) 1.4121	0.6023 (0.0429) 14.0493***	0.0206 (0.0256) 0.8066	0.3268 (0.1603) 2.0384*
P_E	0.0862 (0.0125) 6.8980***	0.0224 (0.0056) 4.0192***	0.0414 (0.0101) 4.1182***	0.0099 (0.0014) 7.0289***	-0.0126 (0.0058) -2.1727**
DPR	0.0070 (0.0066) 1.0609	-0.0147 (0.0203) -0.7279	0.0096 (0.0091) 1.0600	0.0311 (0.0036) 8.5363***	-0.0074 (0.0096) -0.7710
AR(1)	0.9473 (0.0423) 22.3720***	0.9227 (0.0585) 15.7820***	-0.7439 (0.1288) -5.7752***	-0.6553 (0.1402) -4.6726***	0.6349 (0.1537) 4.1308***
AR(2)			0.7841 (0.1192) 6.5764***	0.8389 (0.1198) 7.0051***	
R ²	0.9678	0.9245	0.8955	0.9626	0.9143
Adj. R ²	0.9592	0.9044	0.8666	0.9523	0.8914
N	39	39	38	38	39
Durbin-Watson	2.387	2.087	2.044	1.969	1.853

รายบริษัทได้จาก Panel Least Squares แยก subset ของข้อมูลตามบริษัท (2015Q1-2024Q4), *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.10$

ผลการวิเคราะห์ของธนาคารกรุงเทพ (BBL) พบว่า TOBINS'Q (Coefficient 0.0038, $t = 3.1235$, $p < 0.01$) EPS (Coefficient 1.6308, $t = 7.8452$, $p < 0.01$) และ P/E ratio (Coefficient 0.0862, $t = 6.8980$, $p < 0.01$) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ สอดคล้องกับ Valuation Theory ที่อธิบายว่านักลงทุนให้ความสำคัญต่อศักยภาพการสร้างกำไรต่อหุ้นและการประเมินมูลค่าตลาด ในทางตรงกันข้าม EBIT (Coefficient -1.6257, $t = -5.3231$, $p < 0.01$) และ NPM (Coefficient -0.0253, $t = -3.1534$, $p < 0.01$) มีผลเชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ แสดงว่ากำไรจากการดำเนินงานเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากไม่ถูกแปลงเป็นผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นโดยตรง [39] (Thampanya et al., 2020)

ธนาคารกรุงไทย (KBANK) พบว่า P/E ratio (Coefficient 0.0224, $t = 4.0192$, $p < 0.01$) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ แสดงว่าตลาดให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดด้านการประเมินมูลค่ามากกว่ากำไรสุทธิ ขณะเดียวกัน NPM (Coefficient -0.0246, $t = -3.1534$, $p < 0.01$) และ ROA (Coefficient -0.1831, $t = -1.8396$, $p < 0.10$) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ ซึ่งสะท้อนว่าความสามารถในการทำกำไรส่วนเกินหรือการใช้สินทรัพย์อย่างมีประสิทธิภาพไม่ได้สำคัญเสมอไป [40] (Mahathanaseth & Tauer, 2012)

ธนาคารกรุงไทย (KTB) ผลการวิเคราะห์สอดคล้องกับกลุ่มธนาคาร โดย EPS (Coefficient 0.6023, $t = 14.0493$, $p < 0.01$) และ P/E ratio (Coefficient 0.0414, $t = 4.1182$, $p < 0.01$) เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ สะท้อนว่าตลาดให้ความสำคัญกับกำไรต่อหุ้นและการประเมินมูลค่าตลาดอย่างมีนัยสำคัญ [30] (Akhtar, 2021)

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (PTT) ในกลุ่มพลังงาน พบว่า EBIT (Coefficient 0.5285, $t = 14.8984$, $p < 0.01$), P/E ratio (Coefficient 0.0099, $t = 7.0289$, $p < 0.01$) และ Dividend Payout Ratio หรือ DPR (Coefficient 0.0311, $t = 8.5363$, $p < 0.01$) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ แสดงถึงความสำคัญของการดำเนินงาน การประเมินมูลค่า และนโยบายปันผลที่ชัดเจนต่อการกำหนดราคา ขณะเดียวกัน TOBINS'Q (Coefficient -0.3578, $t = -2.8568$, $p < 0.01$) ROA (Coefficient -0.0145, $t = -5.1841$, $p < 0.01$) และ NPM (Coefficient -0.0232, $t = -6.0164$, $p < 0.01$) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ อธิบายได้ว่าตลาดอาจไม่ได้ให้ค่าตอบแทนส่วนเพิ่ม (Premium) สำหรับการใช้สินทรัพย์หรือการรักษา Margin สูง แต่กลับให้ความสำคัญกับผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนรับรู้ได้โดยตรง [41] (Gupta, 2016; [42] Suwanna, 2012)

บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) (PTTEP) ผลการวิเคราะห์พบว่า TOBINS'Q (Coefficient 0.4622, $t = 2.1481$, $p < 0.05$) EPS (Coefficient 0.3268, $t = 2.0384$, $p < 0.10$) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ แม้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 5% และ 10% ตามลำดับ แต่ยังคงสะท้อนว่า TOBINS'Q และกำไรต่อหุ้นเป็นสัญญาณที่ตลาดต้องติดตามอย่างใกล้ชิด อย่างไรก็ตาม P/E ratio (Coefficient -0.0126, $t = -2.1727$, $p < 0.05$) และ NPM (Coefficient -0.0240, $t = -2.9533$, $p < 0.01$) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ ซึ่งอาจสะท้อนถึงความเสี่ยงและความผันผวนของอุตสาหกรรมพลังงาน [43] (Bashir, 2022)

สรุปภาพรวม การวิเคราะห์รายบริษัทสะท้อนความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรม โดยกลุ่มธนาคาร ได้แก่ KBANK และ KTB นักลงทุนให้ความสำคัญกับ EPS และ P/E ratio เป็นหลัก ในขณะที่กลุ่มพลังงาน ได้แก่ PTT และ PTTEP ตลาดให้ความสำคัญกับ EBIT และ DPR มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของธุรกิจพลังงานที่เน้นผลการดำเนินงานและนโยบายเงินปันผล [31] (Nittayakamolphon et al., 2025)

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นชัดเจนว่า Earnings per Share (EPS) และ Price to Earnings ratio (P/E) เป็นตัวแปรสำคัญที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่ว่าจะใช้แบบจำลอง Pooled OLS, Fixed Effects (FE) หรือ Robust Least Squares (RLS) แสดงว่านักลงทุนใช้ EPS เป็นเครื่องมือวัดศักยภาพการทำกำไร [44] (Sloan & Wang, 2025) และใช้ P/E ratio เป็นตัวชี้วัดความคาดหวังต่ออนาคตของบริษัท [45] (Cakici & Zaremba, 2024) ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎี Signaling Theory ที่อธิบายว่าผลประกอบการที่ดีถือเป็น “สัญญาณ” ของคุณภาพบริษัท และ Valuation Theory ที่ให้ความสำคัญกับการประเมินมูลค่าตลาด ผลวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ [30] Akhtar (2021) ที่ศึกษาในตลาดเกิดใหม่และยืนยันว่า P/E ratio มีบทบาทอย่างชัดเจนต่อราคาหลักทรัพย์ และ [34] Rahman and Shamsuddin (2019) ที่พบว่า P/E ratio มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว

ในส่วนของอัตรากำไรสุทธิ (NPM) เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แต่สำหรับ PTTEP และ KBANK ผลกระทบอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสถานะเศรษฐกิจและต้นทุนทางการเงิน ซึ่งตลาดทุนในประเทศไทยให้ความสำคัญกับคุณภาพของกำไรมากกว่าการเพิ่มขึ้นของผลกำไรเพียงระยะสั้น สอดคล้องกับ [5] Benlemlih (2019) และ [10] Nguyen (2025) ที่พบว่า อัตรากำไรสุทธิมีผลต่อราคาหุ้นและนโยบายการจ่ายเงินปันผล ในตลาดทุนเอเชียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ TOBINS'Q ก็มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะ BBL แสดงว่าการเพิ่มขึ้นของ TOBINS'Q ส่งผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับ [13] Seok et al. (2024) และ [16] Chau et al. (2025) ที่พบว่า การที่มูลค่ากิจการเพิ่มสูงขึ้นจากการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนและการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ส่งผลให้ราคาหุ้นสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงมากขึ้น

ในทางตรงกันข้าม EBIT และ ROA มักมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ โดยเฉพาะในโมเดล OLS และ FE แสดงว่า ตลาดอาจไม่ได้ให้ความสำคัญกับผลกำไรจากการดำเนินงานหรือผลตอบแทนจากสินทรัพย์เพียงอย่างเดียว แต่ให้ความสำคัญกับตัวแปรที่สะท้อนผลตอบแทนโดยตรงต่อผู้ถือหุ้นมากกว่า การที่ EBIT และ ROA ส่งผลเชิงลบ อาจมาจากโครงสร้างต้นทุน การลงทุนขนาดใหญ่ หรือความไม่แน่นอนของกระแสเงินสดในอนาคตที่ตลาดตีความเป็นความเสี่ยงแทนที่จะเป็นโอกาส นอกจากนี้ การวิเคราะห์แบบ Fixed Effects with AR(1) และ AR(2) ยังแสดงให้เห็นว่า Dividend Payout Ratio (DPR) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ ซึ่งอธิบายได้ว่า การจ่ายเงินปันผลสูงอาจลดศักยภาพในการลงทุนระยะยาว ส่งผลให้ความสามารถในการเติบโตของบริษัทลดลง [46] (Chang et al., 2024) ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยด้านพลังงานที่พบว่าบริษัทน้ำมันและก๊าซที่มีการจ่ายปันผลสูงมักเผชิญข้อจำกัดในการลงทุนโครงการใหม่ [43] (Bashir, 2022; [47] Nygaard & Sørensen, 2024)

เมื่อพิจารณาในเชิงกลุ่มอุตสาหกรรม พบความแตกต่างเชิงโครงสร้างอย่างชัดเจน โดยกลุ่มธนาคาร ได้แก่ BBL, KBANK และ KTB นักลงทุนให้ความสำคัญกับ EPS P/E ratio และ TOBINS'Q แสดงถึงการใช้ตัวชี้วัดด้าน Profitability และ Valuation Multiples เป็นเครื่องมือหลักในการกำหนดราคาหลักทรัพย์ของสถาบันการเงิน [48] (Joseph et al., 2024) ขณะที่กลุ่มพลังงาน ได้แก่ PTT และ PTTEP นักลงทุนให้ความสำคัญกับ EBIT DPR และ NPM มากกว่า [49] (Lin et al., 2025) สอดคล้องกับแนวคิด Context Specific Valuation ที่อธิบายว่าตลาดทุนแต่ละอุตสาหกรรมอาจใช้ตัวชี้วัดแตกต่างกันไปตามโครงสร้างของธุรกิจ ความเสี่ยง และศักยภาพในการเติบโต

จากผลการทดสอบ Fixed Effects ที่มีค่า R^2 เท่ากับ 0.7885 สามารถอธิบายความผันผวนของราคาหลักทรัพย์ได้ถึงร้อยละ 79 แสดงว่าปัจจัยทางการเงินและมูลค่าของกิจการมีผลต่อการกำหนดราคาหลักทรัพย์ในตลาดทุนของไทย สอดคล้องกับลักษณะของตลาดเกิดใหม่ที่นักลงทุนให้ความสำคัญกับผลประโยชน์การจริงและมูลค่ากิจการมากกว่าการเก็งกำไรระยะสั้น

โดยสรุป การอภิปรายผลนี้ยืนยันว่า TOBINS'Q, EPS, NPM, P/E Ratio และ DPR เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในประเทศไทย อีกทั้งยังเสริมสร้างแนวทางการพัฒนาเชิงนโยบายที่ส่งเสริมให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและ ESG อย่างโปร่งใส เพื่อให้ราคาหลักทรัพย์สะท้อนถึงศักยภาพเศรษฐกิจที่แท้จริงและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาของบริษัทยักษ์ใหญ่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยใช้ข้อมูลแบบ Panel Data ของบริษัทยักษ์ใหญ่ 5 บริษัท ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ (BBL) ธนาคารกรุงไทย (KBANK) ธนาคารกรุงไทย (KTB) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (PTT) และบริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด

(มหาชน) (PTTEP) ครอบคลุมช่วงเวลาไตรมาสที่ 1 ปี 2015 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี 2024 รวมทั้งสิ้น 200 ข้อมูล (Balanced Panel) และวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองเศรษฐมิติหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ Pooled OLS, Fixed Effects (FE), Random Effects (RE), Robust Least Squares (RLS) และ Fixed Effects with AR(1) และ AR(2)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า กำไรต่อหุ้น (EPS) อัตราส่วนราคาต่อกำไร (P/E ratio) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) และมูลค่ากิจการ (TOBINS'Q) เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ สะท้อนถึงบทบาทของตัวชี้วัดด้านความสามารถในการทำกำไรและการประเมินมูลค่าตลาดในฐานะเครื่องมือหลักของนักลงทุน ขณะที่ กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (EBIT) และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ แสดงให้เห็นว่าตลาดทุนของไทยให้ความสำคัญกับผลกำไรที่แท้จริงและความสามารถในการสร้างผลตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นมากกว่าการเติบโตของกำไรทางบัญชีเพียงอย่างเดียว ส่วนอัตรการจ่ายเงินปันผล (DPR) พบว่า มีผลแตกต่างไปตามอุตสาหกรรม โดยมีผลเชิงบวกในกลุ่มพลังงาน แต่ไม่ชัดเจนในกลุ่มธนาคาร ทั้งนี้ การตรวจสอบความทนทาน (Robustness Checks) ยืนยันความมีเสถียรภาพและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยนี้

นอกจากนี้ บริษัทที่มีผลประกอบการดีและมีการบริหารมูลค่ากิจการอย่างมีประสิทธิภาพ จะได้รับการประเมินมูลค่าจากตลาดในเชิงบวก ราคาหุ้นจะมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้นตามความเชื่อมั่นของนักลงทุน โดยเฉพาะกลุ่มธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ (BBL) ธนาคารกสิกรไทย (KBANK) และธนาคารกรุงไทย (KTB) ที่มีกำไรต่อหุ้น (EPS) อัตรากำไรสุทธิ (NPM) และมูลค่ากิจการ (TOBINS'Q) สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ซึ่งเป็นสัญญาณของความมั่นคงและความสามารถในการบริหารสินทรัพย์อย่างยั่งยืน ขณะที่กลุ่มพลังงาน ได้แก่ ปตท. (PTT) และ ปตท.สผ. (PTTEP) แสดงถึงอิทธิพลของกำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษี (EBIT) และอัตรการจ่ายเงินปันผล (DPR) ที่เปลี่ยนแปลงตามสถานะเศรษฐกิจโลกและราคาน้ำมันดิบ

จากผลการศึกษาสามารถยืนยันได้ว่า ปัจจัยทางการเงินและมูลค่ากิจการมีผลต่อการกำหนดราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในประเทศไทย โดยมี Fixed Effects Model สามารถอธิบายความผันผวนของราคาหุ้นได้ถึงร้อยละ 79 ซึ่งถือว่าเป็นระดับที่สูงและสะท้อนถึงประสิทธิภาพของแบบจำลองในการอธิบายพฤติกรรมของตลาดทุนในประเทศเกิดใหม่ ผลลัพธ์ดังกล่าวยังสนับสนุนหลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Signaling Theory ที่อธิบายว่าข้อมูลทางการเงินของบริษัททำหน้าที่เป็นสัญญาณไปยังนักลงทุน และ Valuation Theory ที่อธิบายว่าราคาหลักทรัพย์สะท้อนการรับรู้มูลค่ากิจการในตลาดทุน

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากงานวิจัยครั้งนี้มี 3 ด้าน ด้านแรก คือ องค์ความรู้เชิงทฤษฎีที่ได้ขยายกรอบ Signaling Theory และ Valuation Theory ของธุรกิจอย่างยั่งยืนในตลาดเกิดใหม่ เห็นได้จากตัว EPS, NPM และ TOBINS'Q ไม่เพียงแต่สะท้อนศักยภาพในการสร้างผลตอบแทนทางการเงิน แต่ยังเป็นตัวชี้วัดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจขององค์กร ด้านที่สอง คือ องค์ความรู้เชิงระเบียบวิธีวิจัย ซึ่งการใช้แบบจำลอง Panel Data โดยเฉพาะ Fixed Effects Model และ Robust LS สามารถอธิบายความแตกต่างเฉพาะตัวของแต่ละบริษัทได้ดีกว่าวิธี Cross Section หรือ Time Series ด้านที่สาม คือ องค์ความรู้เชิงประจักษ์ ที่ได้นำเสนอหลักฐานใหม่เกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างมูลค่ากิจการและราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

ข้อเสนอแนะเชิงธุรกิจ บริษัทจดทะเบียนควรให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่ากิจการอย่างยั่งยืน บริหาร EPS และ NPM ให้ต่อเนื่องและมั่นคง พร้อมเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานเพื่อลดความผันผวนของ EBIT และเพิ่มประสิทธิภาพของสินทรัพย์ เพื่อให้ ROA สะท้อนผลตอบแทนที่แท้จริง ผู้บริหารควรสื่อสารข้อมูลด้านผลประกอบการและมูลค่ากิจการอย่างโปร่งใส เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ถือหุ้นและนักลงทุน ขณะที่บริษัทในกลุ่มพลังงานควรบริหารความเสี่ยงจากราคาน้ำมันและต้นทุนการผลิต เพื่อรักษาความสามารถในการทำกำไรและนโยบายเงินปันผลอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย หน่วยงาน องค์กร หรือผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบาย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการเปิดเผยข้อมูลด้านความยั่งยืน (ESG/THSI) อย่างต่อเนื่อง และข้อมูลทางการเงินในรูปแบบมาตรฐานเดียวกัน เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและความสามารถในการเปรียบเทียบระหว่างบริษัท เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือและการดึงดูดนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ นักลงทุนสถาบันสามารถใช้ผลการศึกษานี้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การลงทุนระยะยาว โดยเลือกลงทุนในบริษัทที่มี EPS และ NPM ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง มีค่า TOBINS'Q สูง และมีนโยบายปันผลสม่ำเสมอ ในขณะเดียวกัน นักลงทุนรายย่อย สามารถใช้ข้อมูล P/E Ratio และ DPR เป็นเกณฑ์ในการประเมินความคุ้มค่าของหุ้นและการตัดสินใจลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การส่งเสริมให้บริษัทดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล และคำนึงถึงความยั่งยืน จะช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับตลาดทุนโดยรวมและดึงดูดเงินทุนจากนักลงทุนจากต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

สำหรับงานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในด้านขอบเขตกลุ่มตัวอย่างเพียง 5 บริษัทที่มีขนาดสินทรัพย์สูงสุด และครอบคลุมเพียง 2 อุตสาหกรรมหลักคือ ธนาคารและพลังงาน ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังอุตสาหกรรมอื่น เช่น เทคโนโลยี สินค้าอุปโภคบริโภค หรือสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร รวมทั้งอาจเพิ่มเติมตัวแปรด้าน ESG เชิงคุณภาพ เช่น นโยบายสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมทางสังคม หรือการกำกับดูแลกิจการที่ดี นอกจากนี้ การเปรียบเทียบกับตลาดทุนในต่างประเทศหรือการใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ที่ผสานการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จะช่วยเสริมความลึกซึ้งและความรอบด้านของผลการศึกษาให้มีคุณค่าทางวิชาการและเชิงปฏิบัติมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ได้ให้การสนับสนุนทางวิชาการ และทรัพยากรในการดำเนินงานวิจัย นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณต่อ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ที่เปิดเผยฐานข้อมูล SETSMART และ Thailand Sustainability Investment (THSI)/SET ESG Ratings ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่ใช้ประกอบการวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้ รวมถึงบริษัทจดทะเบียนทั้ง 5 บริษัท ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (BBL) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (KBANK) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (KTB) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (PTT) และบริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) (PTTEP) ที่เผยแพร่รายงานประจำปีและข้อมูลทางการเงินอย่างโปร่งใส ทำให้งานวิจัยนี้สามารถดำเนินการได้อย่างสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- [1] ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). *Investment Guide*. https://media.setinvestnow.com/setinvestnow/Documents/2021/Jul/TSI_eBook_029_Inv_Investment-Guide-06.pdf
- [2] ธนาคารกรุงเทพ. (2567). *รายงานความยั่งยืน ปี 2567*. <https://www.bangkokbank.com/ebook/sustainabilityreport/2024/TH/index.html>
- [3] Yavuz, M. S., Tath, H. S., Bozkurt, G., & Öngel, G. (2025). Does ESG performance have an impact on financial performance? Evidence from Turkey. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 21(1), 24-42. <https://doi.org/10.7341/20252112>

- [4] Leite, A. L., Klotzle, M. C., Pinto, A. C. F., & Da Silva, A. F. (2018). Size, value, profitability, and investment: Evidence from emerging markets. *Emerging Markets Review*, (36), 45-59.
<https://doi.org/10.1016/j.ememar.2018.04.006>
- [5] Benlemlih, M. (2019). Corporate social responsibility and dividend policy. *Research in International Business and Finance*, (47), 114-138. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2018.07.005>
- [6] Wedajo, A. D., Salah, A. A., Bhat, Mohd. A., Iqbal, R., & Khan, S. T. (2024). Analyzing the dynamic relationship between ESG scores and firm value in Chinese listed companies: Insights from generalized cross-lagged panel model. *Discover Sustainability*, 5(1), 1-27.
<https://doi.org/10.1007/s43621-024-00546-2>
- [7] Rahat, B., & Nguyen, P. (2024). The impact of ESG profile on Firm's valuation in emerging markets. *International Review of Financial Analysis*, (95), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.103361>
- [8] Pereira Da Silva, P. (2022). Market efficiency and the capacity of stock prices to track a firm's future profitability. *Borsa Istanbul Review*, 22(3), 452-464. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2021.06.010>
- [9] Waldau, R. (2024). A systematic literature review on determinants and outcomes of ESG performance in family firms. *Management Review Quarterly*, 74(3), 1-59. <https://doi.org/10.1007/s11301-024-00462-9>
- [10] Nguyen, Y. H. T. (2025). Analysis of Determinants of Dividend Policy in Vietnam and the US Markets. *European Journal of Business and Management Research*, 10(1), 56-68.
<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2025.10.1.2534>
- [11] Wang, S., Shi, X., Chen, H., & Zhao, J. (2025). Does ESG Performance Affect Firm Risk? Evidence from China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 61(13), 4071-4083.
<https://doi.org/10.1080/1540496X.2025.2476117>
- [12] Ke, S., Phillips, P. C. B., & Su, L. (2024). Robust inference of panel data models with interactive fixed effects under long memory: A frequency domain approach. *Journal of Econometrics*, 241(2), 1-22.
<https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2024.105761>
- [13] Seok, J., Kim, Y., & Oh, Y. K. (2024). How ESG shapes firm value: The mediating role of customer satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*, (208), 1-12.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123714>
- [14] Ditzen, J., Karavias, Y., & Westerlund, J. (2025). Multiple Structural Breaks in Interactive Effects Panel Data Models. *Journal of Applied Econometrics*, 40(1), 74-88. <https://doi.org/10.1002/jae.3097>
- [15] Eom, C., Kaizoji, T., & Scalas, E. (2019). Fat tails in financial return distributions revisited: Evidence from the Korean stock market. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, (526), 1-10.
<https://doi.org/10.1016/j.physa.2019.121055>
- [16] Chau, L., Anh, L., & Duc, V. (2025). Valuing ESG: How financial markets respond to corporate sustainability. *International Business Review*, 34(3). <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2025.102418>
- [17] Moolkham, M. (2025). SET ESG ratings and firm value: The new sustainability performance assessment tool in Thailand. *PLOS ONE*, 20(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0315935>

- [18] Sany, S., Novica, C., & Valentina, C. (2024). Do Board Multiple Directorships and ESG Score Drive Firm Value? Study of Non-Financial Companies in Thailand. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26(1), 67-76. <https://doi.org/10.9744/jak.26.1.67-76>
- [19] ปยาภิกค์ดี เจียรสุคนธ์ (2024). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาลกับมูลค่ากิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 11(1), 36-56.
- [20] ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2567). *ผลการประเมินหุ้นยั่งยืน ปี 2567 SET ESG RATINGS*. <https://setsustainability.com/libraries/1258/item/set-esg-ratings>
- [21] SETSMART. (2567). <https://www.setsmart.com/ssm/login>
- [22] ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2567). <https://www.set.or.th>. <https://www.set.or.th/th>
- [23] Baltagi, B. H. (2021). *Econometric Analysis of Panel Data*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-53953-5>
- [24] Farrar, D. E., & Glauber, R. R. (1967). Multicollinearity in Regression Analysis: The Problem Revisited. *The Review of Economics and Statistics*, 49(1), 92-107. <https://doi.org/10.2307/1937887>
- [25] Salmerón-Gómez, R., García-García, C. B., & Rodríguez-Sánchez, A. (2025). *Enlarging of the Sample to Address Multicollinearity. Computational Economics*. <https://doi.org/10.1007/s10614-025-10920-5>
- [26] Ozili, P. K. (2023). *The acceptable R-square in empirical modelling for social science research. SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4128165>
- [27] Chen, Q., & Qi, J. (2023). How much should we trust R² and adjusted R²: Evidence from regressions in top economics journals and Monte Carlo simulations. *Journal of Applied Economics*, 26(1), 1-6. <https://doi.org/10.1080/15140326.2023.2207326>
- [28] Baltagi, B. H. (2014). Panel Data and Difference-in-Differences Estimation. In *Encyclopedia of Health Economics*, 26(2) 425-433. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-375678-7.00720-3>
- [29] Le Gallo, J., & SÉNÉGAS, M.-A. (2023). On the Proper Computation of the Hausman Test Statistic in Standard Linear Panel Data Models: Some Clarifications and New Results. *Econometrics*, 11(4), 1-28. <https://doi.org/10.3390/econometrics11040025>
- [30] Akhtar, T. (2021). Market multiples and stock returns among emerging and developed financial markets. *Borsa Istanbul Review*, 21(1), 44-56. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2020.07.001>
- [31] Nittayakamolphon, P., Bunnun, W., Phong-a-ran, N., Uttarin, R., & Pholkerd, P. (2025). Thailand Sustainability Investment Performance on Thailand's Stock Market and Financial Assets. *International Journal of Financial Studies*, 13(2), 1-15. <https://doi.org/10.3390/ijfs13020071>
- [32] Hausman, J. A. (1978). Specification Tests in Econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251-1271. <https://doi.org/10.2307/1913827>
- [33] Wooldridge, J. M. (2019). Correlated random effects models with unbalanced panels. *Journal of Econometrics*, 211(1), 137-150. <https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2018.12.010>

- [34] Rahman, M. L., & Shamsuddin, A. (2019). Investor sentiment and the price-earnings ratio in the G7 stock markets. *Pacific-Basin Finance Journal*, (55), 46-62.
<https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2019.03.003>
- [35] De Menezes, D. Q. F., Prata, D. M., Secchi, A. R., & Pinto, J. C. (2021). A review on robust M-estimators for regression analysis. *Computers & Chemical Engineering*, (147), 1-30.
<https://doi.org/10.1016/j.compchemeng.2021.107254>
- [36] Hasan, F., & Al-Najjar, B. (2024). Green investment and dividend payouts: An intercontinental perspective. *Journal of Environmental Management*, (370), 1-16.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.122626>
- [37] Farooq, O., Satt, H., Bendriouch, F. Z., & Lamiri, D. (2021). Dividend policy and the downside risk in stock prices: Evidence from the MENA region. *The Journal of Risk Finance*, 22(3/4), 261-278.
<https://doi.org/10.1108/JRF-10-2020-0226>
- [38] He, W., Ng, L., Zaiats, N., & Zhang, B. (2017). Dividend policy and earnings management across countries. *Journal of Corporate Finance*, (42), 267-286. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2016.11.014>
- [39] Thampanya, N., Wu, J., Nasir, M. A., & Liu, J. (2020). Fundamental and behavioural determinants of stock return volatility in ASEAN-5 countries. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, (65), 1-26. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2020.101193>
- [40] Mahathanaseth, I., & Tauer, L. W. (2012). Market-power versus cost-efficiency in Thailand's banking sector in the post-crisis period (1998-2011). *Journal of Asian Economics*, 23(5), 499-506.
<https://doi.org/10.1016/j.asieco.2012.06.002>
- [41] Gupta, K. (2016). Oil price shocks, competition, and oil & gas stock returns-Global evidence. *Energy Economics*, (57), 140-153. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2016.04.019>
- [42] Suwanna, T. (2012). Impacts of Dividend Announcement on Stock Return. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, (40), 721-725. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.255>
- [43] Bashir, M. F. (2022). Oil price shocks, stock market returns, and volatility spillovers: A bibliometric analysis and its implications. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(16), 22809-22828.
<https://doi.org/10.1007/s11356-021-18314-4>
- [44] Sloan, R. G., & Wang, A. Y. (2025). Predictable EPS growth and the performance of value investing. *Review of Accounting Studies*, 30(1), 33-78. <https://doi.org/10.1007/s11142-023-09812-6>
- [45] Cakici, N., & Zaremba, A. (2024). What drives stock returns across countries? Insights from machine learning models. *International Review of Financial Analysis*, (96), 1-27.
<https://doi.org/10.1016/j.irfa.2024.103569>
- [46] Chang, Y., He, W., & Mi, L. (2024). Climate risk and payout flexibility around the world. *Journal of Banking & Finance*, (166), 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2024.107233>
- [47] Nygaard, K., & Sørensen, L. Q. (2024). Betting on war? Oil prices, stock returns, and extreme geopolitical events. *Energy Economics*, (136), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2024.107659>

- [48] Joseph, A., E. G., Radhakrishnan, R., & Jain, R. (2024). Macro-financial nexus: A systematic review on the impact of macroeconomic factors on bank stock returns. *Cogent Economics & Finance*, 12(1), 1-25. <https://doi.org/10.1080/23322039.2024.2354101>
- [49] Lin, F.-L., Chiang, T. C., & Chen, Y.-F. (2025). Evidence of Energy-Related Uncertainties and Changes in Oil Prices on U.S. Sectoral Stock Markets. *Mathematics*, 13(11), 1-26. <https://doi.org/10.3390/math13111823>

การสร้างคุณค่าเชิงพหุวัฒนธรรมด้วยอาหารท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาตำบลพิมลราชจังหวัดนนทบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยว

The Formation of Multicultural Values with Local Food to Develop Phimonrat Subdistrict, Nonthaburi Province as Tourism Location

พรพรรณ จันทโรนานนท์¹ สุวิมล วงศ์สิงห์ทอง² โภณจนาท เจริญสุข³

บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ⁴ รุ่งอรุณ คงเรือง^{5*}

Pornpan Juntaronanont Suwimon Vongsingthong Konjanard Charoensook

Boonyou Khorpornprasert and Rungarun Khongrueang

¹ วิทยาลัยนานาชาติภาษาและวัฒนธรรมจีน, มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

¹ International Language and Culture College, Kirk University, Bangkok, Thailand

^{2, 3} สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, ปทุมธานี, ประเทศไทย

^{2, 3} Pacific Institute of Management Science, Pathum Thani, Thailand

⁴ คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

⁴ Faculty of Liberal Arts, Kirk University, Bangkok, Thailand

⁵ สถาบันวิจัยและนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพมหานคร, ประเทศไทย

^{5*} Institute of Research and Innovation, Kirk University, Bangkok, Thailand

Received: December 16, 2025 Revised: February 3, 2026 Accepted: February 12, 2026

บทคัดย่อ

ตำบลพิมลราช จังหวัดนนทบุรี มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากเป็นชุมชนริมคลองพระพิมลราชที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน และมีทุนทางวัฒนธรรมด้านอาหารสืบทอดภูมิปัญญาด้านอาหารในชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ ได้แก่ 1) รวบรวมองค์ความรู้ด้านอาหารโบราณของชุมชนพิมลราชเป็นชุดความรู้เพื่อการเผยแพร่สืบทอดและต่อยอด 2) พัฒนากลุ่มอาชีพอาหารท้องถิ่นต้นแบบเพื่อเป็นรากฐานการท่องเที่ยว 3) พัฒนาจุดท่องเที่ยวด้านพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นอย่างยั่งยืน และ 4) สร้างนักวิจัยชุมชนที่มีความรู้ด้านธุรกิจและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประกอบธุรกิจอาหารท้องถิ่นโบราณ วิจัยใช้แนวคิดแนวคิดงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น (community based research: CBR) ผสมผสานการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เชิงคุณภาพเชิงทดลอง และเชิงปริมาณ กลุ่มเป้าหมายจำนวน 26 คน ในหมู่ที่ 3-7 ของตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า 1) สามารถรวบรวมสูตรอาหารโบราณพร้อมเคล็ดลับการปรุงได้ 41 สูตร และอาหารสัญลักษณ์ 7 ชนิด 2) การพัฒนากลุ่มอาชีพอาหารท้องถิ่นแบ่งเป็นกลุ่มอาหารคาว กลุ่มอาหารหวาน กลุ่มอาหารว่าง และกลุ่มพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทำให้สมาชิกมีทักษะด้านการประกอบอาหาร การตลาด และการใช้สื่อดิจิทัลมากขึ้น 3) ได้พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นแบบการเดินทางท่องเที่ยวครั้งวันจำนวน 6 จุด พร้อมสร้างภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และ 4) สร้างนักวิจัยชุมชนจำนวน 12 คน ที่สามารถสื่อสารคุณค่าอาหารท้องถิ่นสู่สาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อเสนอแนะ คือ การสร้างอัตลักษณ์

*Corresponding author. Tel.: 098 726 8712

Email: phueng29400@gmail.com

อาหารเฉพาะถิ่นควบคู่การเสริมสร้างความร่วมมือ ผู้นำชุมชน การใช้เทคโนโลยี และการสนับสนุนทางวิชาการ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: พิมลราช พหุวัฒนธรรม เส้นทางท่องเที่ยว อาหารท้องถิ่น

Abstract

Phimonrat Subdistrict, Nonthaburi Province, has strong potential for development as a gastronomic tourism destination due to its location along the Phimonrat Canal, its long historical background, and its rich cultural capital rooted in the continuous transmission of local culinary wisdom. This study aimed to: (1) collect and systematize traditional culinary knowledge of the Phimonrat community for dissemination, transmission, and further development; (2) develop a model local food-based occupational group as a foundation for tourism development; (3) promote sustainable development of multicultural local food tourism attractions; and (4) cultivate community researchers with knowledge of business management and the application of information technology in traditional local food enterprises. The research employed a community-based research (CBR) approach, integrating participatory action research with qualitative, experimental, and quantitative methods. The target group consisted of 26 participants from villages 3–7 in Phimonrat Subdistrict, Bang Bua Thong District, Nonthaburi Province. The findings revealed that: (1) 41 traditional food recipes with preparation techniques were systematically documented, along with 7 signature local dishes; (2) the development of local food occupational groups—categorized into savory dishes, desserts, snacks, and food tourism route development—enhanced participants' skills in food production, marketing, and digital media utilization; (3) a half-day multicultural gastronomic tourism route comprising six key sites was developed, accompanied by the expansion of tourism partnership networks; and (4) 12 community researchers were trained who were capable of effectively communicating the cultural value of local food to the public. The study recommends strengthening distinctive local food identities alongside enhancing collaboration among community leaders, the application of digital technologies, and academic support in order to sustainably elevate gastronomic tourism development within the community.

Keywords: Phimonrat, Multicultural, Tourist Route, Local Food

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่สร้างรายได้และมีบทบาทต่อการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ทั้งในระดับท้องถิ่นและประเทศ ภาครัฐจึงใช้การท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างอาชีพและกระจายรายได้ โดยยกระดับการท่องเที่ยวผ่านการนำทรัพยากร อัตลักษณ์ ภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของชุมชนมาสร้างจุดเด่นให้พื้นที่ สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2559–2568 ที่มุ่งประยุกต์นวัตกรรมสมัยใหม่ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และการตลาด รวมถึงการส่งเสริมกลุ่มอาชีพชุมชนให้ผลิตสินค้าเพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มคุณค่าแก่แหล่งท่องเที่ยวชุมชน [1] (ASEAN Secretariat, 2016) [2] (Department of Tourism, 2018) สอดคล้องกับรายงานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในปี พ.ศ. 2562 แสดงให้เห็นว่า โครงการโอทอปนวัตวิถี มีรายได้จากการท่องเที่ยว

ชุมชนโดยรวมประมาณ 1,267 ล้านบาทผ่านการสร้างรายได้ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ที่พักโฮมสเตย์ ผู้ประกอบอาหาร แผงจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงมีการพัฒนามูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการในรูปแบบการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญา ในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามแม้การดำเนินการดังกล่าวจะทำให้มีรายได้หมุนเวียนในชุมชนเพิ่มขึ้นโดยภาพรวม แต่ยังคงมี ผลในระยะสั้น ๆ เนื่องจากขาดการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายในการยกระดับกลุ่มอาชีพชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ลุ่ม ชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น [3] (Paochinda, 2018) [4] (National Reform Council, 2015)

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (gastronomy tourism) เป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและกำลังเป็นที่นิยมเพราะ อาหารมิได้เป็นเพียงปัจจัยที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต แต่ยังบอกเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและวิถีชีวิต ตลอดจน ภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น การลิ้มรสอาหารนำมาซึ่งความสุขทางกายและใจ อาหารจึงเป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมโยง วิถีชีวิตกับสังคม ดังที่ [5] Hall, C.M. & Sharples, L. (2003) ให้คำนิยามว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการเดินทางไปใน พื้นที่เพื่อการพักผ่อน รวมถึงการไปชมอาหาร งานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้าด้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร รวมถึง การชิมผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพ ในพื้นที่โดยนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่แปลกใหม่ผ่าน การชิมอาหาร จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ประสาทสัมผัสทุกความรู้สึกและส่งผลให้อาหารเป็นศูนย์กลางสำคัญของการท่องเที่ยว

ตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร จาก ความเก่าแก่ของชุมชนที่เกิดจากการตั้งถิ่นฐานของกลุ่มชาติพันธุ์ไทย จีน และมุสลิม ส่งผลให้มีอาหารท้องถิ่นที่สะท้อนสังคม พหุวัฒนธรรมอย่างชัดเจน ผลการศึกษาข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ (พ.ศ. 2565) และงานวิจัยของ [16] พรพรรณ จันทโรนานนท์ และคณะ (2566) พบว่า ชุมชนมุสลิมในพื้นที่มีภูมิปัญญาด้านอาหารที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น มีเอกลักษณ์เฉพาะจากการใช้ วัตถุดิบในชุมชน เช่น การประยุกต์กล้วยดิบในแกงมัสมั่นหรือน้ำพริกกล้วย อย่างไรก็ตาม แม้ประชากรร้อยละ 35 จะเป็น ผู้สูงอายุและแม่บ้านที่มีศักยภาพและความตั้งใจในการผลิตอาหารเพื่อสร้างรายได้ แต่ปัจจุบันยังจำกัดอยู่เพียงการจำหน่ายใน งานประเพณี ขาดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และการจัดการธุรกิจชุมชน ทำให้ไม่สามารถต่อยอดอาหาร ท้องถิ่นเป็นอัตลักษณ์การท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม

การดำเนินโครงการนี้ไม่เพียงเป็นการพัฒนาชุมชนพิมลราชให้เข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ แต่ยังเป็นการ ส่งเสริมให้ ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ จนนำไปสู่ การปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นธุรกิจชุมชนที่ยังคงรูปแบบการมุ่งเน้นประโยชน์ให้กับชุมชน เพื่อธำรงไว้ซึ่งรากฐานที่เข้มแข็งของ ชุมชน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวอาศัยความมุ่งมั่นตั้งใจร่วมกันของผู้คนในชุมชน การถ่ายทอดความรู้เชิงวิชาการจาก นักวิชาการและการสนับสนุนเชิงนโยบายและงบประมาณจากหน่วยงานของรัฐ

การพัฒนาภูมิปัญญาอาหารของชุมชนพิมลราช จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างการท่องเที่ยว ด้วย นักท่องเที่ยวมิได้ต้องการเพียงสถานที่ แต่ยังต้องการกิจกรรม ศิลปวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์ การละเล่นและอาหารท้องถิ่น ที่เป็นเสน่ห์ชวนให้เข้ามาสัมผัส ซึ่งการพัฒนาภูมิปัญญาชุมชนจำต้องคำนึงถึงการสร้างความเป็นเอกลักษณ์และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ แตกต่างเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อีกทั้งมีเรื่องราวเพียงพอที่สะท้อนความเป็นมาและอัตลักษณ์ของชุมชน โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ควรมาจากภูมิปัญญาพื้นบ้านและมีการต่อยอดสร้างสรรค์ เพิ่มมูลค่า และสร้างประสบการณ์ให้กับ นักท่องเที่ยว [7] (Phukpoo, 2020) สอดคล้องกับแนวคิดของเจ้าของธุรกิจนาเที่ยวในพื้นที่ชุมชนที่ให้ความเห็นว่า การพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวควรดำเนินการควบคู่กับการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวหรือการสร้างกลุ่มอาชีพชุมชน ซึ่ง จำเป็นต้องมีภาคีที่มีองค์ความรู้เข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเพื่อนำไปสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์และควมมีการพัฒนาช่อง ทางการติดต่อสื่อสารที่ส่งผ่านข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น [8] (Opassathien, Personal Communication, 2020)

การพัฒนาตำบลพิมลราชเป็นแหล่งท่องเที่ยวต้องเผชิญความท้าทายหลายด้าน ได้แก่ การลดลงของปราชญ์ ชาวบ้านด้านอาหารโบราณซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ประกอบกับการขาดการบันทึกองค์ความรู้ ทำให้การรวบรวมและ

ถ่ายทอดภูมิปัญญาเป็นไปได้อย่าง ขณะเดียวกัน กลุ่มอาชีพอาหารท้องถิ่นยังขาดการปรับตัวให้สอดคล้องกับตลาดสมัยใหม่ ควบคู่การรักษาความดั้งเดิม รวมถึงการสร้างมาตรฐานและคุณภาพอาหารที่สม่ำเสมอ ผู้ประกอบการชุมชนยังขาดทักษะด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด ต้นทุน และการกำหนดราคา นอกจากนี้ ชุมชนยังมีส่วนร่วมจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวพัฒนาธรรมชาติอาหารและการซื้อวัตถุดิบให้เกิดความแตกต่าง ขณะที่นักวิจัยชุมชนยังขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการทำธุรกิจให้เหมาะสมกับบริบทชุมชน รวมถึงการสร้างแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่สืบทอดภูมิปัญญา ทั้งนี้ยังมีความท้าทายร่วมด้านความยั่งยืนของรายได้ การรักษามาตรฐาน การถ่ายทอดความรู้ การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การจัดการทรัพยากร การติดตามประเมินผล ตลอดจนการตลาด การสร้างแบรนด์ และการบูรณาการเทคโนโลยีกับภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเหมาะสม

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนพืชมลราชแม้จะมีศักยภาพจากทุนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่นที่หลากหลาย แต่จากการทบทวนสถานการณ์ที่ผ่านมา พบว่ายังขาดงานวิจัยที่มุ่งสำรวจและพัฒนาศักยภาพดังกล่าวอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะงานวิจัยที่ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research: PAR) ซึ่งเปิดโอกาสให้ชาวบ้าน ผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่น นักท่องเที่ยว และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีบทบาทร่วมกันตลอดกระบวนการพัฒนา งานศึกษาที่มีอยู่ส่วนใหญ่ยังเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือการเพิ่มรายได้เพียงบางมิติ ขาดการบูรณาการมิติด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม อีกทั้งยังขาดแนวทางเชิงปฏิบัติที่นำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของชุมชนพืชมลราช ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว ด้วยการใช้กระบวนการ PAR เพื่อสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน สร้างความตระหนักรู้และความรับผิดชอบร่วมของชุมชน และพัฒนาแนวทางเชิงนโยบายและการดำเนินงานที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนพืชมลราชอย่างยั่งยืนและมีคุณค่าต่อทุกภาคส่วน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ด้านอาหารโบราณของชุมชนพืชมลราชเป็นชุดความรู้เพื่อการเผยแพร่ สืบทอด และต่อยอด
2. เพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพอาหารท้องถิ่นชุมชนต้นแบบเพื่อรากฐานการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกชุมชน
3. เพื่อพัฒนาจุดท่องเที่ยวด้านพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของตำบลพืชมลราชอย่างยั่งยืน
4. สร้างนักวิจัยชุมชนที่มีความรู้ด้านธุรกิจและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประกอบธุรกิจอาหารท้องถิ่นโบราณ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การสร้างคุณค่าเชิงพหุวัฒนธรรมด้วยอาหารท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาตำบลพืชมลราชจังหวัดนนทบุรี เป็นแหล่งท่องเที่ยว” ใช้แนวคิดและทฤษฎีเป็นฐานในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. แนวคิดสังคมพหุวัฒนธรรม (multicultural society)
2. แนวคิดอาหารท้องถิ่น (local foods)
3. แนวคิดงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น (community based research: CBR)
4. แนวคิดการสร้างคุณค่า (value creation)
5. แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (community based tourism: CBT)
6. แนวคิดทุนชุมชน (community capital)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยด้านอาหารท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเป็นที่น่าสนใจของนักวิจัยอย่างต่อเนื่อง และมีนักวิจัยจากหลากหลายสถาบันทำงานวิจัยด้านนี้ไว้เป็นจำนวนมาก สถาบันการวิจัยแห่งชาติเองก็ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชนเช่นกัน ทั้งสนับสนุนและให้ทุนวิจัยในการทำวิจัยด้านดังกล่าว ด้วยอาหารท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ไม่เพียงแต่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นแต่ยังเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญ การยกระดับมาตรฐานอาหารท้องถิ่น ย่อมนำไปสู่การท่องเที่ยวชุมชน การศึกษาวิจัยด้านนี้ครอบคลุมหลากหลายแง่มุม ตั้งแต่การศึกษาคุณค่าทางโภชนาการของอาหารท้องถิ่น การพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อยกระดับคุณภาพและความปลอดภัย ไปจนถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการตลาด นอกจากนี้ ยังมีการวิจัยเกี่ยวกับการบูรณาการอาหารท้องถิ่นเข้ากับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการพัฒนามาตรฐานการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวที่นำเสนออาหารท้องถิ่น

การทบทวนวรรณกรรมนี้จะช่วยให้เข้าใจสถานะปัจจุบันของการวิจัยในหัวข้อนี้ ตลอดจนช่องว่างความรู้ที่ยังต้องการการศึกษาเพิ่มเติม อันจะนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการวิจัยที่มีประสิทธิภาพในการยกระดับมาตรฐานอาหารท้องถิ่น และสถานที่ท่องเที่ยวต่อไป

[9] ณนันท แดงสังวาลย์ (2564) ศึกษาการพัฒนาองค์ประกอบภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น พบว่าภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ประกอบด้วย ภาพลักษณ์เชิงความรู้และภาพลักษณ์เชิงความรู้สึกของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ การสร้างความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน การสร้างคุณค่าของการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น การสร้างคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารพื้นถิ่น และการสร้างสถานที่และสภาพแวดล้อม

[10] นิศรา จันทร์เจริญสุข และเพราพิลาส ประสิทธิ์บุรีรักษ์ (2564) ศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชนบ้านแม่ขี้มูก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาบริบทชุมชน และแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ได้แก่ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่ม และสมาชิกชุมชน จำนวน 17 ราย เครื่องมือวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชนโดยให้ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็ง สมาชิกในชุมชนมีความรู้ มีภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนมีพื้นที่เหมาะสำหรับการเกษตร แต่ประสบปัญหาภัยแล้ง และมลพิษ ทางอากาศ ชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจแต่ไม่มีการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม

[11] ธีระวัฒน์ จันทิก และคณะ (2564) ศึกษาภูมิปัญญาด้านการผลิตอาหารพื้นถิ่นตามอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม เพื่อพัฒนาตำราอาหารพื้นถิ่นที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม และพัฒนาศักยภาพให้กับบุคลากรในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์เชิงลึก ถอดบทเรียนและการวิจัยเชิงพัฒนา ผลที่ได้จากการวิจัยพบว่า รายการอาหาร วัตถุดิบที่ใช้และกรรมวิธีในการปรุง นำมาซึ่งข้อมูลการผลิตอาหารพื้นถิ่นตามอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิมและสามารถนำไปต่อยอดในการผลิตอาหารรูปแบบอื่นตามอัตลักษณ์ได้ จึงควรอนุรักษ์ความโดดเด่นของเครื่องเทศแบบมุสลิมไว้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้รสชาติของอาหารตามอัตลักษณ์ และควรมีการจำหน่ายอาหารภายใต้ “ภัตตาคารชุมชน” การจัดดำเนินงานควรประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ 1) แบ่งกลุ่มตำราอาหารตามอัตลักษณ์ของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชุมชน 2) จัดกิจกรรมอาหารต่อเนื่องแบบงาน “อีเว้นต์” เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรม 3) จัดตำราอาหารสำหรับกลุ่มสถานประกอบการโรงแรม และรีสอร์ท

[12] เณศรา สวยดี และคณะ (2565) ศึกษาการจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านนาออก ตำบลสิงห์ อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา เพื่อหาปัจจัยความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านนาออก โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสนทนากลุ่ม กลุ่มเป้าหมาย คือ ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม และผู้บริโภค ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหาและตรวจสอบความน่าเชื่อถือแบบสามเส้า ผลการศึกษา พบว่า การจัดการกลุ่มมีการดำเนินงานในแบบธุรกิจชุมชนโดย สมาชิกทุกคนสามารถทำงานได้ทุกหน้าที่ทั้งการจัดการกลุ่ม การผลิต การแปรรูป การจำหน่ายสินค้า การประชาสัมพันธ์สินค้า โดยความสำเร็จของกลุ่ม มาจาก

การได้รับรองมาตรฐาน มาตรฐาน GAP, GMP อาหารและยา ฮาลาล และสินค้า ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับ สินค้ามีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค การได้รับรางวัล คุณภาพผลิตภัณฑ์ การใช้วิธีการผลิตที่ได้มาตรฐาน และระยะเวลาในการดำเนินการ ปัจจัยความสำเร็จของกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านผู้นำ ปัจจัยแรงงาน ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ปัจจัยด้านระบบ ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์กับภายนอก และปัจจัยด้านการบริหารและการจัดการ

[13] วรรณภา อุดมผล (2565) ศึกษาความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยการพัฒนาเครื่องมือวัดระดับความสนใจนักท่องเที่ยว ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก 1) การท่องเที่ยวที่มองอาหารเป็นภาพรวม (Culinary tourism) 2) การท่องเที่ยวแบบชนบท (Rural tourism) 3) การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง (Cuisine tourism) 4) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet) เพียงอย่างเดียว

[14] ขวัญชนก นัยจริญ และ วาสนี มีเครือเอี่ยม (2565) ใช้กระบวนการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นที่เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นศูนย์กลาง เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมของบ้านวังหาด ตำบลตลิ่งชัน อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย กลุ่มเป้าหมาย คือ สมาชิกชมรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านวังหาด ผลการศึกษา พบว่าเมนูอาหารพื้นถิ่นตามฤดูกาลของ บ้านวังหาดใช้วัตถุดิบที่หาง่ายในท้องถิ่น คือ เมนูอาหารจากพืชผัก เช่น ผักหวาน เห็ดป่า หน่อไม้ ใบมะม่วงอ่อน ผักต้อ ชะอม เป็นต้น เมนูอาหารจากปลาที่มาจากแหล่งน้ำธรรมชาติ สร้างความโดดเด่นให้แก่เมนูอาหารโดยนำเรื่องเล่าภูมิปัญญา และการจัดสำรับที่ใช้ภาชนะจากธรรมชาติเพื่อแสดงเอกลักษณ์แห่งวิถีชีวิต ผลการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรม จำนวน 1 เส้นทาง ประกอบด้วยสถานที่ 8 จุดท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมการมีส่วนร่วมให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติ ลิ้มลอง สัมผัสกับวัตถุดิบจากแหล่งผลิตธรรมชาติ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากชุมชน ผลการทดลองประสิทธิภาพของเส้นทางพบว่าเส้นทางที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพโดยพิจารณาจากความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีมาก

[15] วิษณุเศศวร ทะกอง (2566) นำเสนอการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นจันทบุรีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร” เพื่อศึกษาวิเคราะห์สถานภาพและการปรับตัวของอาหารท้องถิ่นในบริบทการท่องเที่ยว และศึกษาวิเคราะห์การสื่อสารอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นจันทบุรีเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มประชากรที่ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร องค์กรภาครัฐ สถาบันการศึกษาและนักท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดอัตลักษณ์ แนวคิดทุน แนวคิดเรื่องการปรับตัวทางวัฒนธรรม และแนวคิดท้องถิ่นนิยม ในการวิเคราะห์ พบว่า อาหารท้องถิ่นจันทบุรีแบ่งออกเป็น 5 ยุคได้แก่ยุคอาหารในครัวเรือน ยุคอาหารในงานบุญ ยุคอาหารแปรรูปเพื่อเป็นของฝาก ยุคร้านอาหารเก่ามาเล่าใหม่ และยุคส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยแต่เดิมเป็นการปรับตัวตามธรรมชาติทำกินกันในครัวเรือนแล้วขยายออกสู่สังคมภายนอกที่มีการทำกิจกรรมร่วมกัน โดยเริ่มตั้งแต่ยุคอาหารแปรรูปเพื่อเป็นของฝากเป็นต้นมา อาหารจันทบุรีได้ปรับตัวตามนโยบาย มีการเปลี่ยนรูปแบบเป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว แม้ไม่มีการอิงอาหารแบบดั้งเดิมแต่ยังคงไว้ซึ่งคุณค่า ความหมาย วัตถุดิบท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดจันทบุรีและสืบสานอนุรักษ์ภูมิปัญญาที่มีคุณค่าของท้องถิ่น สร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น และปัจจุบันกำลังขับเคลื่อนสู่เมืองอาหารเป็นยา และเมืองด้านอาหารของยูเนสโกทำให้อาหารท้องถิ่นจันทบุรีเพิ่มบทบาทหน้าที่ด้านสุขภาพ

[16] ธัชกร ภัทรพันธุ์ (2566) ศึกษากลุ่มอาชีพชุมชนในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วม และ พัฒนาชุมชนเป็นกลุ่มอาชีพชุมชนต้นแบบ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจาก ผู้บริหารท้องถิ่น กลุ่มอาชีพชุมชน และกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงต่อการส่งเสริมและสนับสนุนอาชีพ ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน ด้วยแบบสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และ แบบระดมพลังสร้างสรรค์ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ใช้วิเคราะห์เชิงเนื้อหา พบว่า กลุ่มอาชีพชุมชนที่มีการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เพื่อทำเป็นอาชีพ ได้แก่ กลุ่มประมงน้ำจืด กลุ่มทำเห็ดเหี่ยวและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเห็ด กลุ่มละครชาตรี กลุ่มทำปลาสดเค็มแดดเดียว และกลุ่มทำอาหารพื้นบ้าน และข้อมูลการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วมพบว่า การมีแหล่งน้ำที่มากพอ สำหรับ

ทำอาชีพเกษตรกรรมดั้งเดิม และผู้นำกลุ่มอาชีพมีทักษะและประสบการณ์ในการบริหารจัดการกิจกรรม ของกลุ่ม และพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงสมาชิกให้ความร่วมมือ มีความรับผิดชอบต่อการทำกิจกรรมของกลุ่ม รวมทั้งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์และจัดพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

[17] Kuhn, et al. (2024) ปรับปรุงจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวผ่านการนำเสนอประสบการณ์ด้านอาหารที่แตกต่างด้วยการสอดแทรกนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ในบริบทของการนำเสนออาหาร พบว่ากลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้ คือ การนำเสนอศาสตร์ด้านการพัฒนาและนวัตกรรมด้านอาหาร ร้านอาหาร และการนำเสนอประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสู่ชุมชนสร้างสรรค์ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจเข้ามาในพื้นที่ ผ่านอาหาร การสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ ด้วยการสร้างสรรค์ร่วมกันระหว่างนักวิจัยและชุมชน ในการนำเสนอภาพลักษณ์ของชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอาหาร วัฒนธรรมพื้นถิ่น และอาหารริมทาง

วิธีดำเนินการวิจัย

แนวทางในการวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการดำเนินงาน การเปลี่ยนแปลง การเรียนรู้ในระดับบุคคล กลุ่มบุคคล และหน่วยงาน รวมทั้งความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการเรียนรู้แบบยึดปัญหาเป็นฐานในชุมชนพืชมลราช จังหวัดนนทบุรี ในจำนวน 5 หมู่บ้าน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยชุมชน (CBR) เป็นแนวทางปฏิบัติ ในด้านระเบียบวิธีได้ให้ความสำคัญกับความร่วมมือกับชุมชน เพื่อสร้างแนวทางการเสริมสมรรถภาพชุมชน ผสมผสานกับวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีการนำการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงทดลอง เพื่อศึกษาข้อมูลบริบทชุมชน พื้นฐานทางเศรษฐกิจ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารวัฒนธรรม แนวทางในการวิจัย มีหัวข้อดังต่อไปนี้

1. วิธีดำเนินการศึกษาให้ชุมชนในตำบลพืชมลราชร่วมเป็นนักวิจัย ร่วมคิด วางแผน และตัดสินใจ โดยชุมชนจะมีส่วนร่วมตลอดกระบวนการวิจัยตั้งแต่การศึกษาจุดอ่อน จุดแข็งของชุมชน การประเมินปัญหา การจัดลำดับความสำคัญของปัญหา การวิเคราะห์ วางแผน และลงมือปฏิบัติพร้อมทั้งติดตามประเมินผล

2. พื้นที่ดำเนินการวิจัย และกลุ่มตัวอย่าง คือ 5 ชุมชนของตำบลพืชมลราช อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ หมู่ที่ 3 บ้านกล้วย หมู่ที่ 4 บ้านค่ายสาม หมู่ที่ 5 บ้านโรงสวด หมู่ที่ 6 บ้านโสนลอย และหมู่ที่ 7 บ้านโรงกระโจม กลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มผู้สูงอายุ และภาคีเครือข่าย ที่ประกอบด้วย แกนนำชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ผู้นำและสมาชิกชุมชน จำนวน 26 คน

3. ขอบเขตการวิจัย บริบทชุมชน ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรท้องถิ่น ท่าเลที่ตั้ง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนของตำบลพืชมลราช ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตำบลพืชมลราช การออกแบบเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การเชื่อมโยงอาหารท้องถิ่นกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอื่นๆ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการตลาด การพัฒนาศักยภาพชุมชน การฝึกอบรมด้านการผลิตอาหารและการบริการ การพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจ การรวบรวมและบันทึกตำราอาหารท้องถิ่น การถ่ายทอดความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นสู่คนรุ่นใหม่ การสร้างความตระหนักถึงคุณค่าของอาหารท้องถิ่น การวัดผลทางเศรษฐกิจจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การประเมินผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงการวางแผนการพัฒนาอย่างยั่งยืนสำหรับชุมชน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีการจัดโครงการเวทีชาวบ้าน อบรมเชิงปฏิบัติการ ประชุมกลุ่มย่อย การสร้างความเข้าใจเรื่องพืชมลราชผ่านอาหาร จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สร้างเครือข่ายอาหารกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อร่วมกันอนุรักษ์และพัฒนา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เก็บข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ด้วยการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การเสวนากลุ่มย่อยตามประเภทอาหาร และการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับผู้เชี่ยวชาญและชุมชน

5. ประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และสื่อสิ่งพิมพ์

6. แผนปฏิบัติการวิจัย



ภาพที่ 1 แผนปฏิบัติการวิจัย
ที่มา: คณะผู้วิจัย

7. กิจกรรมที่ดำเนินการ



ภาพที่ 2 กิจกรรมที่ดำเนินการ
ที่มา: คณะผู้วิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสร้างคุณค่าเชิงพหุวัฒนธรรมด้วยอาหารท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาตำบลพิมลราชจังหวัดนนทบุรี เป็นแหล่งท่องเที่ยว” ได้ผลจากการวิจัยดังนี้ ข้อ 1. ได้ชุดความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นเพื่อเผยแพร่ สืบทอดและต่อยอดตามวัตถุประสงค์ ข้อ 2. ได้การวางรากฐานการพัฒนาพิมลราชเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น ข้อ 3. ได้การจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในตำบลพิมลราช ข้อ 4. ได้นักธุรกิจชุมชนที่สามารถทำธุรกิจด้วยองค์ความรู้จากการใช้เครื่องมือสารสนเทศ

บริบทและสภาพการณ์พหุวัฒนธรรมในพิมลราช

1. เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ด้านอาหารโบราณของชุมชนพิมลราชเป็นชุดความรู้เพื่อการเผยแพร่ สืบทอดและต่อยอด ตำบลพิมลราช จังหวัดนนทบุรี เป็นชุมชนริมคลองพระพิมลราชที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน และมีลักษณะเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่ประกอบด้วยชุมชนไทย จีน และมุสลิม ส่งผลให้เกิดความหลากหลายด้านวัฒนธรรมอาหาร การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการรวบรวมและบันทึกองค์ความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นและอาหารโบราณของชุมชนอย่างเป็นระบบ โดยจำแนกตามคุณค่าทางโภชนาการเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ อาหารคาว อาหารว่าง และอาหารหวาน อาหารในพื้นที่ส่วนใหญ่สะท้อนอัตลักษณ์อาหารไทยมุสลิมที่ผสมผสานรสชาติแบบไทยดั้งเดิมกับหลักศาสนาอิสลาม ผ่านการเลือกใช้วัตถุดิบฮาลาลและเครื่องเทศเฉพาะถิ่น การรวบรวมองค์ความรู้ดังกล่าวมีส่วนสำคัญในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม สร้างความตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นฐานข้อมูลสำหรับการเผยแพร่และต่อยอดการพัฒนาในอนาคต

2. เพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพอาหารท้องถิ่นชุมชนต้นแบบเพื่อเป็นรากฐานการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวจากการศึกษาพบว่า ชุมชนพิมลราชมีกลุ่มอาชีพดั้งเดิมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตวัตถุดิบ กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร กลุ่มผู้ผลิตอาหาร และกลุ่มผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว โครงการได้ดำเนินการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มอาชีพอาหารท้องถิ่น โดยจัดแบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มอาหารคาว กลุ่มอาหารหวาน และกลุ่มอาหารว่าง แม้ยังไม่สามารถจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนด้านอาหารท้องถิ่นได้อย่างเป็นทางการ แต่สมาชิกกลุ่มได้รับการพัฒนาทักษะด้านการประกอบอาหาร การบริหารจัดการ การตลาด และการใช้สื่อดิจิทัล ส่งผลให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการอาหาร ที่พัก และการท่องเที่ยวในพื้นที่ อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับชุมชน

3. เพื่อพัฒนาจุดท่องเที่ยวด้านพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของตำบลพิมลราชอย่างยั่งยืนการพัฒนาจุดท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นในตำบลพิมลราช ดำเนินการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผ่านการจัดตั้งทีมนักวิจัยชุมชนเพื่อคัดเลือกและออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในรูปแบบการท่องเที่ยวครั้งวันและหนึ่งวัน กำหนดเส้นทางท่องเที่ยวจำนวน 6 จุด ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่สำคัญของชุมชน อาทิ มัสยิดโรงกระโจม แหล่งเกษตรกรรมท้องถิ่น สถานที่ราชการและโบราณสถาน รวมถึงกิจกรรมล่องเรือชมทัศนียภาพสองฝั่งคลองพระพิมลราช การพัฒนาเส้นทางดังกล่าวช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น ควบคู่กับการอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4. เพื่อสร้างนักวิจัยชุมชนที่มีความรู้ด้านธุรกิจและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประกอบธุรกิจอาหารท้องถิ่น โบราณการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพหุวัฒนธรรมด้านอาหารในตำบลพิมลราช จำเป็นต้องอาศัยนักวิจัยชุมชนที่มีความเข้มแข็ง โครงการจึงดำเนินการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้งผู้สูงอายุที่มีองค์ความรู้ด้านอาหารโบราณ คนวัยทำงานที่มีทักษะด้านการจัดการ และคนรุ่นใหม่ที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเข้ารับการฝึกอบรมด้านการวิเคราะห์ธุรกิจ การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์และดำเนินธุรกิจอาหารท้องถิ่น โดยมอบหมายบทบาทในการสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของชุมชน ส่งผลให้เกิดนักวิจัยชุมชนที่สามารถถ่ายทอดคุณค่าอาหารท้องถิ่นและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

อภิปรายผล

ประเด็นท้าทายในการพัฒนาจุดท่องเที่ยวด้านพหุวัฒนธรรมอาหารที่ตำบลพิมลราช มีหลายประการที่ต้องคำนึงถึงเป็นต้นว่า การรักษาสถูกรดั้งเดิมและวิธีการทำอาหารแบบโบราณในขณะที่ต้องปรับให้เข้ากับบริบทสมัยใหม่ การสร้างสัญลักษณ์ที่โดดเด่น เพื่อแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอาหารที่มีอยู่แล้วในพื้นที่ใกล้เคียงและในกรุงเทพฯ การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการอาหาร ชุมชนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อกระจายผลการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการอาหาร ชุมชนท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรม การสร้างความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ไม่ทำลายระบบนิเวศของพื้นที่ การรักษามาตรฐานของอาหาร การสร้างแบรนด์และเรื่องราว (storytelling) ที่น่าสนใจเกี่ยวกับอาหารพหุวัฒนธรรม เพื่อเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ การสร้างกลไกถ่ายทอดความรู้สู่คนรุ่นใหม่เพื่อให้วัฒนธรรมอาหารไม่สูญหาย ในด้านการพัฒนาจุดท่องเที่ยวพื้นที่พิมลราชยังมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร (food tourism route) จากความโดดเด่นของพื้นที่ที่มีมรดกทางวัฒนธรรมอันหลากหลาย เช่น วัด มัสยิด ธรรมชาติริมน้ำ การประกอบอาชีพประมง และสวนพืชผักผลไม้ ที่อุดมสมบูรณ์จากดินริมน้ำที่อุดมสมบูรณ์ ผสมกับการต่อยอดองค์ความรู้ด้านอาหารโบราณ สามารถนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และอาหารโบราณ สอดคล้องกับงานวิจัยของ [14] ขวัญชนก นัยเจริญ และ วาสนี มีเครือเอี่ยม (2565) ที่ชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในตลาดการท่องเที่ยวระดับโลก โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แท้จริง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ [18] กติกา กลิ่นจันทร์แดง และ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2564) ที่กล่าวว่าอาหารท้องถิ่นสามารถสร้างการรับรู้เกี่ยวกับพื้นที่ ผ่านการแปรรูปเป็นสินค้าของที่ระลึก การนำเสนอในเทศกาล ทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ในการต่อยอดองค์ความรู้ด้านอาหารโบราณสู่การท่องเที่ยวนั้น มีข้อค้นพบที่ต้องคำนึงถึง ด้านเส้นทางการท่องเที่ยว คือ การพัฒนาพื้นที่ทางเดินริมคลองพระพิมลราชให้มีความต่อเนื่อง เป็นเส้นทางเดินชมธรรมชาติ การสร้างเรื่องราว story telling ด้านประวัติศาสตร์ชุมชน การทำนุบำรุงสถานที่ การจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางสำหรับเป็นฐานกิจกรรมของชุมชน ด้านอาหาร คือ การรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ความดั้งเดิมกับการปรับตัวให้เข้ากับบริบทสมัยใหม่ โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องรสชาติ วัตถุดิบ และการนำเสนอ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ [14] ขวัญชนก นัยเจริญ และ วาสนี มีเครือเอี่ยม (2565) ที่เสนอว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

อาหารที่ยั่งยืนต้องเป็นการพัฒนาอาหารที่มาจากฐานรากทางวัฒนธรรมของชุมชนอย่างแท้จริง ในพมิลราช มีการก่อตั้งกลุ่มอาชีพอยู่แล้วหลายกลุ่ม เช่น วิชาหกิจชุมชนรวมใจพมิลราช วิชาหกิจชุมชนทองม้วนสมุนไพร (ตราทองพมิล) วิชาหกิจชุมชนเลียบคลองตาขมพัฒนา แต่ยังไม่มีการสร้างกลุ่มอาชีพอาหารท้องถิ่นที่สะท้อนอาหารสัญลักษณ์ชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยว การพัฒนาชุมชนครั้งนี้ ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการบูรณาการระหว่างการท่องเที่ยว อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม อาหารกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ [19] นิคม จารุมณี (2544) ที่เสนอว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศ รายได้จากการท่องเที่ยวสามารถกระจายไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวาง และการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่ยั่งยืนควรมีฐานมาจากทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ การจัดตั้งกลุ่มพัฒนาอาหารท้องถิ่นในครั้งนี้ แม้อยู่ในช่วงเริ่มต้น แต่ถือเป็นสร้างแรงจูงใจให้ชุมชนตระหนักถึงวัฒนธรรมอาหารชุมชนที่จะสูญหาย และหันกลับมาทบทวนศักยภาพของชุมชนในการอนุรักษ์อาหารท้องถิ่นนำมาใช้เป็นจุดขายในการท่องเที่ยวต่อไปได้

จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาชุมชนอาหารท้องถิ่นนำไปสู่การกระจายรายได้และการสร้างงานในชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานศึกษาของ [19] นิคม จารุมณี (2544) ที่พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จมักนำไปสู่การกระจายประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างทั่วถึง ผลการวิจัยยังพบว่า การพัฒนาชุมชนอาหารท้องถิ่นในตำบลพมิลราชไม่เพียงเป็นการสร้างแนวทางการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่มเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อเนื่องไปยังห่วงโซ่อุปทานในท้องถิ่น โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบ ร้านค้าในพื้นที่ และกลุ่มผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ว่า มัสยิด โฮมสเตย์ ร้านอาหาร และร้านขายของฝาก ล้วนเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาชุมชนอาหารท้องถิ่นเพื่อรองรับการท่องเที่ยวยังมีประเด็นท้าทายที่ต้องคำนึงถึง โดยเฉพาะในเรื่องของการรักษาคุณภาพอาหารให้คงที่ การนำเสนอรูปลักษณ์สินค้าที่น่าสนใจ มีความประณีต การเก็บรักษา และบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนตัวตนของชุมชน เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับข้อสังเกตของ [9] ณนันท แดงสังวาลย์ (2564) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์เชิงความรู้สึกของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ การสร้างความดั้งเดิมของอาหารและวิถีของคนในชุมชน การสร้างคุณค่าของการเรียนรู้ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น การสร้างคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารพื้นถิ่น และการสร้างสถานที่และสภาพแวดล้อม การวิจัยยังพบว่า การสร้างความเข้าใจและการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณค่าทางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของอาหารท้องถิ่น เป็นแนวทางสำคัญในการรักษาสมดุลดังกล่าว

การพัฒนาชุมชนอาหารท้องถิ่นชุมชนพมิลราชให้เป็นต้นแบบเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ไม่เพียงเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน ทั้งนี้ การพัฒนาควรดำเนินไปบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของชุมชน การบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และการคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์คุณค่าทางวัฒนธรรมกับการตอบสนองความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวสมัยใหม่

การพัฒนาจุดท่องเที่ยวด้านพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของตำบลพมิลราช จังหวัดนนทบุรี ได้สะท้อนให้เห็นถึงการเชื่อมโยงระหว่างอาหารท้องถิ่น ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิด สอดคล้องกับงานวิจัยของ [17] Kuhn, et al. (2024) ที่เสนอว่า การนำเสนอศาสตร์ด้านการพัฒนาและนวัตกรรมด้านอาหาร ร้านอาหาร และการนำเสนอประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวนำไปสู่การพัฒนาสู่ชุมชนสร้างสรรค์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจเข้ามาในพื้นที่การพัฒนาจุดท่องเที่ยวโดยใช้อัตลักษณ์พหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเป็นจุดขาย ได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของมรดกทางวัฒนธรรมอาหารในการสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ [11] ธีระวัฒน์ จันทิก และคณะ (2564) ที่พบว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยนี้พบว่าความหลากหลายของวัฒนธรรม

อาหารในตำบลพิมลราชที่มีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทย จีน และมุสลิม ไม่เพียงสร้างความน่าสนใจให้กับพื้นที่เท่านั้น แต่ยังเปิดโอกาสให้มีการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

การออกแบบและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Trail) ที่เชื่อมโยงจุดท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอาหารต่างๆ ในตำบลพิมลราช ได้สร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหมายและเป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ [14] ขวัญชนก นัยเจริญ และ วาสนิ มีเครือเอี่ยม (2565) ที่เสนอว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ประสบความสำเร็จต้องมีการเชื่อมโยงระหว่างสถานที่ ผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารเข้าด้วยกัน การศึกษานี้พบว่า เส้นทางท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นไม่เพียงนำเสนอการชิมอาหารท้องถิ่นเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงการเยี่ยมชมแหล่งผลิตวัตถุดิบ การเรียนรู้กระบวนการผลิต และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจบริบททางวัฒนธรรมของอาหารท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง

การพัฒนาจุดท่องเที่ยวด้านพหุวัฒนธรรมอาหารโดยใช้หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนและการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ [20] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว (2557) ที่กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนควรมุ่งเน้นการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับชุมชนท้องถิ่น ขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม การศึกษาพบว่า กระบวนการพัฒนาจุดท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง ได้สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและความมุ่งมั่นในการดูแลรักษาทรัพยากรทางวัฒนธรรมอาหาร นอกจากนี้การจัดตั้งในอนาคตควรมีการจัดตั้งกองทุนชุมชนเพื่อนำรายได้ส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวมาใช้ในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น อันเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความยั่งยืน

การสร้างเรื่องราว (Storytelling) ที่น่าสนใจเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ วิธีการปรุง และเคล็ดลับเฉพาะให้เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตของชุมชน จะเพิ่มคุณค่าและความน่าสนใจให้กับจุดท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ [15] วิษเณศวร ทะกอง (2566) ที่กล่าวว่าวัตถุดิบท้องถิ่นบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของพื้นที่ การนำเสนอผ่านการเล่าเรื่องจะทำให้ดึงดูดความสนใจได้มาก ดังที่ [21] Promnil, et al. (2021) พบว่าการเล่าเรื่องเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำและมีความหมาย การศึกษานี้พบว่า การนำเสนอเรื่องราวเบื้องหลังอาหารแต่ละชนิด ทั้งที่มาของวัตถุดิบ เทคนิคการปรุง และความเชื่อมโยงกับเทศกาลหรือประเพณีท้องถิ่น ช่วยสร้างความเข้าใจและความซาบซึ้งในคุณค่าทางวัฒนธรรมของอาหารท้องถิ่น นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น QR Code และแอปพลิเคชันนำเที่ยว ในการเล่าเรื่องราวเหล่านี้ยังช่วยเพิ่มการเข้าถึงและความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวยุคใหม่

การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม การวิจัยนี้พบว่าควรมีการออกแบบศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น สร้างของ [20] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว (2557) ที่เสนอว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นและโอกาสและพื้นที่ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และส่งเสริมการพัฒนาร้านอาหารชุมชนที่สะท้อนสถาปัตยกรรมและวัสดุท้องถิ่น จะช่วยสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว และเสริมสร้างบรรยากาศของความเป็นพื้นถิ่นและเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า

นอกจากนี้การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ในการพัฒนาและส่งเสริมจุดท่องเที่ยวด้านพหุวัฒนธรรมอาหารของตำบลพิมลราชยังมีความจำเป็นต่อการสร้างความยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของ [14] ขวัญชนก นัยเจริญ และ วาสนิ มีเครือเอี่ยม (2565) ที่เสนอว่าการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน และยืนยันด้วยผลการศึกษาของ [22] ศรีบุญ จันทรวงศ์ และคณะ (2567) ที่พบว่าควรสร้างความร่วมมือจากหน่วยงานภายในพื้นที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมไปถึงภาคส่วนของผู้ประกอบการในพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนนโยบาย การศึกษานี้พบว่า การสนับสนุนจากเทศบาลตำบลในด้านงบประมาณและ

นโยบาย การสร้างความร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนทางวิชาการจากสถาบันการศึกษาในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการวิจัยตลาด มีส่วนสำคัญในการยกระดับจุดท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง

การพัฒนาจุดท่องเที่ยวด้านพหุวัฒนธรรมอาหารของตำบลพิมลราชจะนำไปสู่การฟื้นฟูและสืบทอดภูมิปัญญาทางอาหารที่กำลังจะสูญหาย สอดคล้องกับงานของ [14] วิษเณศวร ทะกอง (2566) ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ การวิจัยนี้พบว่าความสนใจของชุมชนในการอนุรักษ์อาหารท้องถิ่นได้กระตุ้นให้เกิดการรวบรวม บันทึกลง และถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับตำรับอาหารโบราณ เทคนิคการปรุง และวัตถุดิบพื้นบ้าน ซึ่งส่งผลให้เยาวชนในชุมชนเกิดความสนใจและภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของตนเองมากขึ้น

อย่างไรก็ตามการพัฒนาจุดท่องเที่ยวด้านพหุวัฒนธรรมอาหารยังมีประเด็นท้าทายที่ต้องคำนึงถึง โดยเฉพาะในเรื่องของผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน สอดคล้องกับข้อสังเกตของ [21] Promnil, et al. (2021) ที่กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ขาดการวางแผนที่ดีอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงประเพณีทางอารมณ์ของผู้เข้ามาเยี่ยมชมพื้นที่ การวิจัยนี้พบว่า การวางตัวผู้รับผิดชอบกิจกรรม ฝ่ายการตลาดและประชาสัมพันธ์ การปรับปรุงพื้นที่ และการวางระบบการจัดการนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม เป็นแนวทางสำคัญในการป้องกันผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้น

ทั้งความยั่งยืนของจุดท่องเที่ยวด้านพหุวัฒนธรรมอาหารยังขึ้นอยู่กับพัฒนาคุณภาพของบุคลากรในท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดของ [23] ชิตาวีร์ สุขคร (2019) ที่เสนอว่าการพัฒนาทุนมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวชุมชน การวิจัยนี้พบว่า การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล การจัดการธุรกิจ และการให้บริการ ให้กับคนในชุมชนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในระยะยาวของจุดท่องเที่ยวด้านพหุวัฒนธรรมอาหารของตำบลพิมลราช

กล่าวได้ว่า การพัฒนาจุดท่องเที่ยวด้านพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของตำบลพิมลราชอย่างยั่งยืน ไม่เพียงเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนผ่านการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมอาหารที่มีคุณค่า โดยการพัฒนาดังกล่าวจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม การรักษาความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการป้องกันผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนพิมลราชสามารถรักษาสสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม อันเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

กระบวนการพัฒนานักวิจัยชุมชนผ่านการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการและการลงมือทำจริง ได้ช่วยเสริมสร้างทักษะการวิจัยที่จำเป็นและสอดคล้องกับบริบทของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ [24] กาญจนา แก้วเทพ (2553, 26) ที่เสนอว่าการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาคุณภาพของชุมชน โดยเฉพาะในการถ่ายทอดทักษะที่ซับซ้อน เช่น การวิจัย การวิจัยนี้พบว่า การฝึกอบรมที่เน้นการประยุกต์ใช้ทักษะการวิจัยกับประเด็นที่ชุมชนให้ความสนใจ เช่น การรวบรวมและบันทึกตำรับอาหารโบราณ การสำรวจตลาด และความต้องการของผู้บริโภค ช่วยให้ผู้เข้าร่วมโครงการเห็นความเชื่อมโยงระหว่างการวิจัยกับการพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน นำไปสู่ความเข้าใจและการนำไปใช้ได้จริง

การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการทำธุรกิจให้กับนักวิจัยชุมชน ทั้งในด้านการวางแผนธุรกิจ การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบริหารจัดการ ได้ช่วยยกระดับมุมมองการทำธุรกิจอาหารท้องถิ่นจากการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนหรือการค้าขายในท้องถิ่น สู่การพัฒนาเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดที่กว้างขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ [11] ธีระวัฒน์ จันทิก และคณะ (2564) ที่พบว่า การพัฒนาผู้ประกอบการชุมชนให้มีความรู้และทักษะด้านธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การวิจัยนี้พบว่า การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการสร้างเรื่องราว ช่วยให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นโบราณให้มีความโดดเด่นและตอบสนองความต้องการของตลาดปัจจุบัน โดยยังคงรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมไว้ได้

การเสริมสร้างทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้กับนักวิจัยชุมชน ได้เปิดโอกาสให้มีการประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลในการทำธุรกิจอาหารท้องถิ่นโบราณ สอดคล้องกับแนวคิดของ [21] Promnil, et al. (2021) ที่เสนอว่า เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจชุมชน โดยเฉพาะในการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า การวิจัยนี้พบว่า การฝึกอบรมด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์อาหาร การทำการตลาดออนไลน์ และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ ช่วยให้นักวิจัยชุมชนสามารถนำเสนอเรื่องราว และคุณค่าของอาหารท้องถิ่นโบราณสู่สาธารณะได้อย่างน่าสนใจและกว้างขวางมากขึ้น นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีในการบันทึกและจัดเก็บข้อมูลองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นในรูปแบบดิจิทัล ยังช่วยในการอนุรักษ์และเผยแพร่ภูมิปัญญาดั้งเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสร้างเครือข่ายนักวิจัยชุมชนที่ทำงานร่วมกันในการพัฒนาธุรกิจอาหารท้องถิ่นโบราณ ได้ก่อให้เกิดพลังของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับงานของ [25] วันชัย ธรรมจักร และคณะ (2565) ที่กล่าวถึงความสำคัญของทุนทางสังคม (Social Capital) และเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาชุมชน การวิจัยนี้พบว่า การทำงานในรูปแบบเครือข่ายไม่เพียงช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งของนักวิจัยชุมชนเท่านั้น แต่ยังช่วยให้เกิดการแบ่งปันทรัพยากร ความรู้ และทักษะที่แตกต่างกัน นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความหลากหลายและครอบคลุมห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจอาหารท้องถิ่นอย่างครบวงจร ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การตลาด ไปจนถึงการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

การบูรณาการองค์ความรู้ดั้งเดิมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นโบราณกับความรู้สมัยใหม่ด้านธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้สะท้อนให้เห็นถึงการสร้างนวัตกรรมทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ [22] ศรีบุญ จันทรวงศ์ และคณะ (2567) ที่เสนอว่าการสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรม เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีอัตลักษณ์และความยั่งยืน การวิจัยนี้พบว่า นักวิจัยชุมชนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นโบราณให้มีความร่วมสมัยและตอบสนองความต้องการของตลาดปัจจุบัน เช่น การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม การปรับขนาดและรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสม และการสร้างเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับคุณค่าทางโภชนาการและสุขภาพ โดยยังคงรักษาสุนทรียภาพดั้งเดิมและกรรมวิธีการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ไว้

ข้อเสนอแนะ และประโยชน์ในทางประยุกต์ของผลงานวิจัยที่ได้

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

งานวิจัยนี้เป็นเรื่องการสร้างคุณค่าเชิงพหุวัฒนธรรมด้วยอาหารท้องถิ่น ที่สามารถส่งผลอย่างเป็นรูปธรรมต่อการทำให้ตำบลพิมลราชเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดนนทบุรี ที่เรียกว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) หรือการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วม และมีบทบาทสำคัญในการวางแผน พัฒนา และบริหารจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว และที่สำคัญคือเรื่องงานวิจัยนี้ทำขึ้นตามความต้องการของชุมชน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย กิจกรรมทุกอย่างที่จัดขึ้นล้วนเกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น และความสวยงามของวิถีคลองริมฝั่งคลองพระพิมลราชที่ต่อมาจากคลองบางบัวทอง โดยได้แบ่งนักวิจัยชุมชนออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือกลุ่มท่องเที่ยว และกลุ่มอาหาร สำหรับกลุ่มอาหารได้ถูกแบ่งย่อยออกเป็น 3 กลุ่มเล็กคือ กลุ่มอาหารคาว กลุ่มอาหารว่าง และกลุ่มอาหารหวาน ทุกกลุ่มก็ได้รับการพัฒนาด้วยการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น ผลวิจัยที่ออกมาจะอยู่ในระดับที่พร้อมต่อการพัฒนาหากได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐหรือภาคเอกชน แต่ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 ชี้ให้เห็นชัดเจนว่าทางชุมชนยังขาดความสนใจในการพัฒนาอย่างจริงจังเพื่อให้พิมลราชไปสู่จุดหมายตามที่ทุกคนตั้งไว้ในหลายๆด้านด้วยกัน

1. กลุ่มท่องเที่ยว หัวหน้ากลุ่มควรเอาใจใส่ในความสะอาดและสิ่งแวดล้อมของคลองพระพิมลราช และประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ ในการขจัดผักตบชวาให้หายไปจากสายน้ำ เพราะความหนาแน่นของ

ผักตบชวาไม่สามารถแล่นเรือได้โดยเตรียมพร้อมเสมอในการบริการนักท่องเที่ยว หัวหน้ากลุ่มควรติดตามงานของสมาชิกในกลุ่มตามที่ได้แบ่งหน้าที่ไว้ให้

2. กลุ่มอาหาร ไม่ว่าจะเป็นอาหารคาวอาหารว่างหรืออาหารหวาน ทุกอย่างต้องมีสูตรที่คงตัว จะปรุงครั้งใด ทั้งรูปลักษณะและรสชาติต้องเหมือนกันทุกครั้ง ในเมื่อผ่านการดูงานด้านอาหารที่คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ วิทยาเขตพระนครได้มาแล้ว ควรนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้เพื่อคุณภาพของอาหาร รูปลักษณะและรสชาติ แต่ต้องคงความเป็นท้องถิ่นของตนไว้ เรื่องนี้หัวหน้ากลุ่มย่อยทุกกลุ่มต้องหมั่นประสานงานกับสมาชิกในกลุ่มให้เข้าใจในหน้าที่ตามที่ได้แบ่งกันไว้แล้ว เพื่อการพัฒนาคุณภาพด้านอาหารท้องถิ่น ทุกกลุ่มอาจประชุมร่วมกันและเชิญผู้รู้หรือปราชญ์ด้านอาหารมาให้ความรู้แก่สมาชิกในกลุ่ม

นอกจากนั้นทางด้านการประชาสัมพันธ์และข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวก็ต้องปรับปรุงเช่นกัน ในการเผยแพร่ ข่าวสารเกี่ยวกับพิมลราช ให้กระจายลงสื่อต่างๆ ในทุกรูปแบบ แม้ว่าทางชุมชนจะได้จัด เพ็ช “เสน่ห์วิถีพิมลราช” เพื่อกระจายข่าวและบอกกล่าวเรื่องความเป็นชุมชนที่เต็มไปด้วยความเป็นธรรมชาติเหมาะกับการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีอาหารที่เป็น Signature ของพิมลราช ตามที่ชุมชนได้คัดเลือกมา 7 อย่าง แต่เรื่องราวเหล่านี้ก็อยู่ที่ผู้เข้าชมเพียง 111 เท่านั้น (เพ็ชเริ่มขึ้นในวันที่ 17 กรกฎาคม 2567 และได้ตั้งเป้าไว้ว่าจะต้องมีผู้เข้าชมเพียง 40 คนต่อเดือน)

การแก้ไขปัญหาในข้อนี้คณะวิจัยและนักวิจัยชุมชน ได้จัดตั้งผู้ดูแล เพ็ช เฟสบุ๊ค สื่อสารมีเดียในทุกช่องทาง เป็นกลุ่มดูแลเรื่องการประชาสัมพันธ์และการจัดทำเอกสารข่าวสารด้านการท่องเที่ยวพิมลราช โดยได้แบ่งหน้าที่ไว้อย่างชัดเจน หัวหน้ากลุ่มต้องดูแลเอาใจใส่ เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวและอาหารสัญลักษณ์ 7 อย่างของพิมลราชเป็นที่รู้จักกันทั่วไป ซึ่งจะเป็นสิ่งดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาท่องเที่ยวที่พิมลราชมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ตำบลพิมลราชแม้จะได้รับการตั้งขึ้นเป็นตำบลในปี พ.ศ. 2532 นับมาถึงปัจจุบันคือปี พ.ศ. 2568 พิมลราชเป็นตำบลเพียง 36 ปีเท่านั้น แต่แท้จริงแล้วพิมลราชมีประวัติความมาที่ยาวนานตั้งแต่ปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา เพราะเป็นพื้นที่ทางผ่านของกองทัพ ผู้คนที่อยู่ที่พิมลราชจึงอาจอยู่มาตั้งแต่สมัยปลายกรุงศรีอยุธยาก็ได้ แต่หลักฐานชัดเจนคือมีผู้คนเข้ามาอยู่ในพื้นที่พิมลราชตั้งแต่สมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ.2367-2394) ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2411-2453) มีข้าราชการบริพาร เจ้านายและคหบดีได้ร่วมทุน และขอพระบรมราชานุญาต ขุดคลองพระพิมลราชในปี พ.ศ. 2433 พิมลราชจึงกลายเป็นพื้นที่แห่งสังคมพหุวัฒนธรรมด้วยชาวไทยชาวจีนและชาวมุสลิม การผสมผสานกันในด้านวิถีชีวิตเริ่มขึ้นเมื่อมีการสังสรรค์ระหว่างต่างวัฒนธรรม อาหารการกิน วิถีชีวิต สิ่งก่อสร้าง สิ่งของเครื่องใช้ก็ผสมผสานกันมากขึ้น แต่ยังมีชาติพันธุ์หนึ่งที่ยังคงรักษาเห็นเป็นเอกลักษณ์ของตนอย่างเหนียวแน่นมาจนถึงทุกวันนี้ คือ ชาวมุสลิมส่วนใหญ่ที่ยังอาศัยอยู่เฉพาะชาติพันธุ์ต้นที่หมู่ 5 บ้านโรงสวด และ หมู่ 7 บ้านโรงกระโจม เรื่องราวของตำบลพิมลราชจึงเป็นเรื่องท้าทายทางด้านวิชาการในการศึกษาค้นคว้าในหลายด้านดังนี้

ทางด้านการวิจัยท้องถิ่น วิจัยเรื่อง “เสน่ห์วิถีคลอง-วิถีนา จากบางบัวทองถึงพิมลราช”

ทางด้านสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ วิจัยเรื่อง “การผสมผสานทางวัฒนธรรมของพหุสังคมที่พิมลราช”

ประโยชน์ในทางประยุกต์ของผลงานวิจัยที่ได้ ผลงานที่ได้จากงานวิจัยนี้ นอกจากได้ช่วยให้คณะวิจัยได้เสนอแนะทั้งในเชิงปฏิบัติการและเชิงวิชาการแล้ว ทางภาครัฐคือองค์การบริหารส่วนตำบลเทศบาลเมืองพิมลราช ได้รับทราบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยจากการที่คณะวิจัยขอเข้าพบท่านนายกเทศมนตรี ดร. ณัฐพัชร์ ทิมดี และคณะผู้บริหารองค์การ ท่านนายก ฯ ได้แจ้งกับคณะวิจัยและนักวิจัยชุมชน รวม 31 คน ในวันจัดกิจกรรมคืนข้อมูลให้ชุมชนในวัน ศุกร์ที่ 2 พฤษภาคม 2568 ที่ห้องประชุมชั้น 4 อาคารเทศบาลเมืองพิมลราชว่า งานวิจัยของคณะวิจัยมีประโยชน์ต่อการพัฒนาพิมลราชเป็นอันมาก เพราะไม่ต้องมานับหนึ่งศึกษาหาความเป็นมาและความต้องการของชุมชน ในช่วงที่ท่านนายกเทศมนตรี ฯ จะดำรงตำแหน่งวาระ 4 ปีนี้ ท่านจะผลักดันให้พิมลราชให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้ได้ ทั้งนี้จะนำเล่มวิจัยที่ทางคณะวิจัยจะมอบให้ไปศึกษา นอกจากจะทำ

ตามแนวทางที่คณะวิจัยได้ศึกษาไว้แล้ว ทางอบต.เทศบาลเมืองพิมลราชจะทำมากไปกว่านั้น เพราะได้ปรึกษากับกรมชลฯ และจะตัดงบประมาณเพื่อพัฒนาริมคลองพระพิมลราชฝั่งตำบลพิมลราช (ฝั่งตรงกันข้ามเป็นฝั่งของเทศบาลตำบลเมืองใหม่ อำเภอ บางบัวทอง) ให้เป็นลานกว้างเรียบริมฝั่งคลอง เพื่อให้เป็นที่ออกกำลังกายและเป็นสวนพักผ่อนให้ชาวพิมลราช ลานกว้างริม คลองนี้จะยาวตั้งแต่คลอง 1 ไปถึงคลอง 8 ทั้งนี้ท่านนายกเทศมนตรี กล่าวรับประกันว่าจะสำเร็จในระยะ 4 ปี จึงนับว่า งานวิจัยนี้ได้ก่อให้เกิดประโยชน์มหาศาลต่อชาวพิมลราชอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- [1] ASEAN Secretariat. (2016). *ASEAN tourism strategic plan 2016–2025*. <https://asean.org>
- [2] Department of Tourism. (2018). *Thai tourism strategy 2018-2021*. VIP Copy Print.
- [3] Paochinda, A. (2018). *Invites to travel to community tourism “Ang Lek” linking to “Ang Yai” that generated community income of 1,200 million baht over six months*. Community Development Department.
- [4] National Reform Council. (2015). *Agenda item 1 with development of tourism*. Secretariat of the National Reform Council, Parliament Printing.
- [5] Hall, C.M. & Sharples, L. (2003). *The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste*. In C.M.
- [6] พรพรรณ จันทโรนานนท์ โภญจนาท เจริญสุข กิจฉิมพงษ์ อารยะพูนพงศ์ ศิริพร อนุสภา และหลัว หย่ง. (2566). *ประวัติศาสตร์ชุมชน พหุวัฒนธรรม และสังคม : ปัจจัยส่งเสริมและเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยว ของตำบลพิมลราช อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี*. มหาวิทยาลัยเกริก.
- [7] Phukpoo, W. (2020). *Community product development for tourism*. Randdcreation. <https://www.randdcreation.com/content/4738>
- [8] Opassathien, S. (2020, 29 May). President of Tour Thai 4.0, [Tape recording] Interview.
- [9] ณนันท แดงสังวาลย์. (2564). *รูปแบบการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นของประเทศไทย (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต)*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [10] นิศรา จันทรเจริญสุข และเพราพิลาส ประสิทธิ์บุรุษรักษ์. (2564). *แนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน บ้านแม่ขี้มูก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่. วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมงคลล้านนา, 9(2), 17–26*. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3669/1/61604912.pdf>
- [11] อีระวัฒน์ จันทิก, จิตพนธ์ ชุมเกต, ชัยณุพงศ์ ศิริโชตินิศากร, ระชานนท์ ทวีผล และธนพัฒน์ อินทวิ. (2564). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น สำหรับยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน หมู่บ้านไทยมุสลิม. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15(1), 454-475*.
- [12] เนศรา สวยดี, ฤกษ์ สุวรรณชาติ, และชยุต อินทร์พรหม. (2565). *ปัจจัยความสำเร็จการจัดการธุรกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านนาออก ตำบลสทิงหม้อ อำเภอลำลูกขัน จังหวัดสงขลา. ในการประชุมวิชาการการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นและสังคมระดับชาติ ครั้งที่ 20 ภายใต้หัวข้อ “University Engagement” (30 กรกฎาคม–1 สิงหาคม 2564). มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา*.
- [13] วรณภา อุดมผล. (2565). *การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา). คลังปัญญามหาวิทยาลัยบูรพา*. <https://buuir.buu.ac.th/xmlui/handle/1234567890/5123>

- [14] ขวัญชนก นัยเจริญ และวาลินี มีเครือเอี่ยม. (2565). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมของบ้านวังหาด ตำบลตลิ่งชัน อำเภอบ้านด่านลานหอย จังหวัดสุโขทัย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 13(1), 54-67.
- [15] วิษเณศวร ทะกอง. (2566). การสื่อสารอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นจันทบุรีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (คุณิณีพนธ์, มหาวิทยาลัยนเรศวร). คลังปัญญามหาวิทยาลัยนเรศวร.
<https://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/5993/3/WikhanesuanTagong.pdf>
- [16] ธัชกร ภัทรพันธุ์. (2566). การพัฒนากลุ่มอาชีพชุมชนต้นแบบเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 15(1), 140–157.
- [17] Kuhn, V. R., dos Anjos, S. J. G., & Krause, R. W. (2024). Innovation and creativity in gastronomic tourism: A bibliometric analysis. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 35, Article 100813.
<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100813>
- [18] กติกา กลิ่นจันทร์แดง และศิริเพ็ญ ตาเพชร. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารด้วยอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น. *วารสารชุมชนวิจัย*, 15(3), 145-160. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NRRU/article/view/245695>
- [19] นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. โอเดียนสโตร์.
- [20] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว. (2557). *คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์*. สำนักงานกิจการโรมมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- [21] Promnil, N., Madhyamapurush, W., Muenwongthep, T., Sakuljamjai, J. (2021). Community-based gastronomy tourism development - the Case of northern Thailand. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(13), 3228-3235.
<https://turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/9135>
- [22] ศรีบุญ จันทรวงศ์, พิมพ์พร เลิศอำไพ, และปวีศา เทียนทอง. (2567). ทิศทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี. *Journal of Humanities and Social Sciences for Sustainable Development*, 7(1), 61–74.
- [23] ชิตาวีร์ สุขคร. (2019). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 1(2), 1-7.
- [24] กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์.
- [25] วันชัย ธรรมสัจการ, อัครลักษณ์ ราชพลสิทธิ์, ปรีดี โชติช่วง, อังคณา ธรรมสัจการ และสมฤดี สงวนแก้ว. (2565). ทุนชุมชนและศักยภาพในการจัดการตนเองเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่น. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 14(1), 22–32.

ข้อมูลทั่วไปของวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ รับต้นฉบับบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่นเป็นอันขาด ทั้งนี้ ในขั้นตอนการส่งบทความ ผู้แต่งต้องตรวจสอบ และปฏิบัติตามข้อกำหนดของวารสารฯ และบทความอาจถูกส่งคืนให้กับผู้แต่งกรณีไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดทั้งหมด

ประเภทของบทความที่ตีพิมพ์ มี 2 ประเภท คือ

บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่เป็นผลงานต่อเนื่องจากงานวิจัย หรือสกัดมาจากงานวิจัย บทความประเภทนี้ เป็นบทความที่ประมวลสรุปกระบวนการวิจัย ให้มีความกระชับและสั้น จะต้องมีการจัดพิมพ์ให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานของวารสาร หรือคณะกรรมการประเมิน

บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นงานเขียนวิชาการที่มีการวิเคราะห์ประเด็น ตามหลักวิชาการ โดยมีการสำรวจวรรณกรรม และวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่อสนับสนุน จนสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ในประเด็นนั้นได้ โดยรูปแบบของบทความวิชาการ จะประกอบด้วย การเกริ่นนำที่แสดงเหตุผล หรือที่มาของประเด็นที่ต้องการอธิบาย หรือวิเคราะห์ กระบวนการอธิบาย หรือวิเคราะห์ และบทสรุป มีการอ้างอิงบรรณานุกรมที่ครบถ้วนและสมบูรณ์

เปิดรับบทความ

ด้านศิลปศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ดังนี้

1. เปิดรับบทความภาษาไทย ด้านภาษา การศึกษา และการสอน อุตสาหกรรมบริการ ศิลปะ ศิลปวัฒนธรรม การออกแบบผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีทางการศึกษา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา พัฒนาสังคม จิตวิทยาและการแนะแนว การส่งเสริมสุขภาพ บริหารธุรกิจ
2. เปิดรับบทความภาษาต่างประเทศ คือ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น เฉพาะด้านภาษา การศึกษา และการสอน โดยมีบทความเป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

รูปแบบ และเกณฑ์ต้นฉบับวารสาร: วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

1. ผู้ส่งบทความต้องสมัครสมาชิกในระบบ
2. เรื่องที่ส่ง ต้องเป็นบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ ที่ไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน หรืออยู่ระหว่างรอพิจารณาจากวารสารอื่น
3. ต้นฉบับ ต้องมีเนื้อหาที่สมบูรณ์ พิมพ์หน้าเดียว ขนาด A4 พิมพ์ด้วย MS-Word รูปแบบอักษร ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ใช้ฟอนต์ TH SarabunPSK ขนาด 14 pts พิมพ์แบบเสมอนหน้า-หลัง (Justified) ตั้งค่านำกระดาษดังนี้ ซ้าย บน ขวา และล่าง เท่ากับ 2.5 เซนติเมตร ตามแบบฟอร์ม
4. ประเภทผลงานมี 2 ประเภท
 - บทความวิจัย (Research Article)
 - บทความวิชาการ (Academic Article)
 - 4.1 บทความวิจัย มีความยาว 10-15 หน้า มีหัวข้อตามลำดับดังนี้
 - ชื่อเรื่อง (Title): ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
 - ชื่อผู้แต่ง (Author) และหน่วยงาน (Institution): ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
 - บทคัดย่อ (Abstract): ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกินประมาณ 300 คำ
 - คำสำคัญ (Keywords): ไม่เกิน 5 คำ เรียงลำดับความสำคัญ โดยวางไว้ท้ายบทคัดย่อ รวมถึง Abstract และ Keywords ภาษาอังกฤษ ต้องสอดคล้องกับภาษาไทย

- บทนำ (Introduction): นำเสนอความสำคัญ ที่มาของปัญหาวิจัย และสาระสำคัญจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives): ต้องมีความประชับ และชัดเจนสอดคล้องกับการศึกษาวิจัย
- การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review): อธิบายให้ตรงประเด็นในเนื้อหาของบทความรวมทั้งมีการอ้างอิงในเนื้อหาอย่างถูกต้อง
- ระเบียบวิธีวิจัย (Methodology): อธิบายรายละเอียดวิธีการศึกษาให้กระชับ และเป็นขั้นตอน รวมทั้งกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
- ผลการวิจัย (Results): ข้อค้นพบ อาจมีตาราง แผนภูมิ หรือภาพประกอบ ควรมีคำอธิบายที่ชัดเจน และพิมพ์แยกจากเนื้อหาของบทความ
- การอภิปรายผล (Discussion): อธิบายเหตุผลที่ได้จากการศึกษา แสดงความเชื่อมโยงกับสมมติฐาน (ถ้ามี)
- บทสรุป (Conclusion): สรุปผลที่ได้จากการศึกษาวิจัย ข้อเสนอแนะ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และการนำไปใช้ในอนาคต
- กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement) (ถ้ามี)
- การอ้างอิง (References): ตามหลักเกณฑ์ APA 7th edition

4.2 บทความวิชาการ มีความยาว 5-10 หน้า นำเสนอประเด็นทางวิชาการที่ค้นคว้าได้จากเอกสารวิชาการทั่วไป สามารถถอดแทรกความเห็นของผู้เขียนได้บนพื้นฐานของการอ้างอิงทางวิชาการ ประกอบด้วย

- ชื่อเรื่อง (Title): ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
- ชื่อผู้แต่ง (Author) และหน่วยงาน (Institution): ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
- บทคัดย่อ (Abstract): ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกินประมาณ 300 คำ
- คำสำคัญ (Keywords): ไม่เกิน 5 คำ เรียงลำดับความสำคัญ โดยวางไว้ท้ายบทคัดย่อ รวมถึง Abstract และ Keywords ภาษาอังกฤษ ต้องสอดคล้องกับภาษาไทย
- บทนำ (Introduction): นำเสนอความสำคัญ ที่มาของปัญหาวิจัย และสาระสำคัญจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review): อธิบายให้ตรงประเด็นในเนื้อหาของบทความรวมทั้งมีการอ้างอิงในเนื้อหาอย่างถูกต้อง
- สรุป (Conclusion): สรุปผลที่ได้ ข้อเสนอแนะ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และการนำไปใช้ในอนาคต
- การอ้างอิง (References): ตามหลักเกณฑ์ APA 7th edition

5. การส่งต้นฉบับ ส่งผ่านระบบทาง Website เท่านั้น

6. การตรวจแก้ไข และยอมรับการตีพิมพ์

- 6.1 การติดต่อผู้แต่งเพื่อการตรวจแก้ไข ตอบรับ/ปฏิเสธการตีพิมพ์ จะกระทำผ่านระบบ โดยมีการแจ้งเตือนไปทางอีเมล (E-mail)
- 6.2 บทความจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ หลากหลายสถาบัน อย่างน้อย 3 ท่าน
- 6.3 กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตีพิมพ์

7. เนื้อหาบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ เป็นความรับผิดชอบของผู้แต่ง

8. ลิขสิทธิ์บทความวิจัย หรือบทความวิชาการเป็นของวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

รูปแบบการเขียนอ้างอิงในเนื้อหา และเอกสารอ้างอิง

รูปแบบการเขียนอ้างอิงในเนื้อหา (In-text citation) และเอกสารอ้างอิง (Reference) APA 7th edition

1. การอ้างอิงในเนื้อหา (In-text citation)

1.1 การอ้างอิงแบบนาม-ปี (author-date citation system)

1) ผู้แต่ง 1 คน

ภาษาไทย	ชื่อ/สกุล/(ปี) หรือ (ชื่อ/สกุล,ปี)
ภาษาอังกฤษ	สกุล/(ปี) หรือ (สกุล,ปี)
ตัวอย่าง	ประสาร เปรมะสกุล (2565) หรือ (ประสาร เปรมะสกุล, 2565) Gehlhar (2021) หรือ (Gehlhar, 2021) กระทรวงการต่างประเทศ กรมสารนิเทศ (2565) หรือ (กระทรวงการต่างประเทศ กรมสารนิเทศ, 2565)

2) ผู้แต่ง 2 คน

ภาษาไทย	ชื่อ/สกุลและ ชื่อ/สกุล/(ปี) หรือ (ชื่อ/สกุลและ/ชื่อ/สกุล,ปี)
ภาษาอังกฤษ	สกุล/and/สกุล/(ปี) หรือ (สกุล/&/สกุล,ปี)
ตัวอย่าง	เดชฤทธิ์ มณีธรรม และธนบรรณ ตะทิว (2563) หรือ (เดชฤทธิ์ มณีธรรม และธนบรรณ ตะทิว, 2563) Haynes and Gilbert (2020) หรือ (Haynes & Gilbert, 2020)

3) ผู้แต่ง 3 คน ขึ้นไป

ภาษาไทย	ชื่อ/สกุลและคณะ/(ปี) หรือ (ชื่อ/สกุลและคณะ,ปี)
ภาษาอังกฤษ	สกุล/et al/(ปี) หรือ (สกุล/et al.,ปี)
ตัวอย่าง	ชนิษฐา นันทบุตร และคณะ (2563) หรือ (ชนิษฐา นันทบุตร และคณะ, 2563) Daniel et al. (2020) หรือ (Daniel et al., 2020)

1.2 เอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่าสองแหล่งข้อมูล ให้เขียนเรียงตามลำดับตัวอักษร

(พนม คล้ายยา, 2565; พีรพัฒน์ ชาญคงแก้ว และอัครเดช เตียวพานิช, 2564; ศิริพงศ์ เตียวพิพิธพร, 2565)
(Bendon, 2020; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019; Harris, 2017)

1.3 การอ้างอิงจากข้อมูลจากแหล่งข้อมูลระดับทุติยภูมิ

1) การอ้างอิงหน้าข้อความ

ภาษาไทย	ชื่อ/สกุล/(ปี)/อ้างอิงในชื่อ/สกุล/(ปี) ...
ภาษาอังกฤษ	สกุล/(ปี)/as cited in/สกุล/(ปี) ...
ตัวอย่าง	สุวัจน์ ธีรุต (2560) อ้างอิงใน ยุทธนา พงษ์พิริยะเดช (2561)... Guo et al. (2020) as cited in Doydee et al. (2022)...

2) การอ้างอิงท้ายข้อความ

ภาษาไทย	...(ชื่อ/สกุล,ปี)/อ้างอิงในชื่อ/สกุล,ปี)
ภาษาอังกฤษ	...(สกุล,ปี)/as cited in/สกุล,ปี)
ตัวอย่าง	...(สุวัจน์ ธีรุต, 2560 อ้างอิงใน ยุทธนา พงษ์พิริยะเดช, 2561) ...(Guo et al., 2020 as cited in Doydee et al., 2022)

1.4 การอ้างอิงจากบทสัมภาษณ์

ภาษาไทย	ชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์/นามสกุล/(การสื่อสารระหว่างบุคคล,/วัน/เดือน/ปี) หรือ (ชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์/นามสกุล,/การสื่อสารระหว่างบุคคล,/วัน/เดือน/ปี)
ภาษาอังกฤษ	อักษรย่อชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์/สกุล/(personal communication,/เดือน/วัน/ปี) หรือ (อักษรย่อชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์/สกุล,/personal communication,/เดือน/วัน/ปี)
ตัวอย่าง	วิไลพร เลิศมหาเกียรติ (การสื่อสารระหว่างบุคคล, 12 พฤษภาคม 2566) หรือ (วิไลพร เลิศมหาเกียรติ, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 12 พฤษภาคม 2566) P. William (personal communication, May 12, 2023) (P. William, personal communication, May 12, 2023)
หมายเหตุ	การเขียนอ้างอิงจากบทสัมภาษณ์ กรณีไม่มีการเผยแพร่เป็นสาธารณะให้เขียนอ้างอิงใน เนื้อหาเท่านั้น โดยไม่ต้องใส่เป็นรายการเอกสารอ้างอิงท้ายเรื่อง

1.5 การอ้างอิงข้อมูลกรณีที่ไม่มีการเขียน

1) กรณีเป็นบทความในหนังสือ/ บทความในวารสาร/สารานุกรม

ภาษาไทย	เกษตรกรรม (2563) หรือ (เกษตรกรรม, 2563)
ภาษาอังกฤษ	Preschool Prep (2010) หรือ (Preschool Prep, 2010)

2) กรณีที่เป็นชื่อหนังสือ รายงาน ชื่อเว็บไซต์ ให้ใช้ชื่อเรื่องเขียนแทนในตำแหน่งชื่อผู้แต่งพิมพ์ด้วยตัวอักษรเอน

ภาษาไทย	ไขข้อข้องใจ การบ้านยังจำเป็นสำหรับเด็กยุคใหม่หรือไม่? (2562) หรือ (ไขข้อข้องใจ การบ้านยังจำเป็นสำหรับเด็กยุคใหม่หรือไม่?, 2562)
ภาษาอังกฤษ	Interpersonal Skill (2019) หรือ (Interpersonal Skill, 2019)

1.6 การอ้างอิงราชกิจจานุเบกษา

ตัวอย่าง	...(พระราชบัญญัติการปฏิบัติราชการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2565, 2565) พระราชบัญญัติการปฏิบัติราชการทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2565 (2565)...
หมายเหตุ	การอ้างอิงราชกิจจานุเบกษาท้ายข้อความในเนื้อหาให้ใช้ชื่อกฎหมายและตามด้วยปี

2. เอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

2.1 หนังสือทั่วไป

รูปแบบ	ผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)/ชื่อเรื่อง/(พิมพ์ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป)/สำนักพิมพ์.
ผู้แต่ง 1 คน	ประสาร เปรมะสกุล. (2565). <i>วัคซีนหยุดโควิด-19</i> . ธนอรุณการพิมพ์. Santrock, J. W. (2020). <i>Essentials of life-span development</i> . (6th ed.). McGraw-Hill Education.
ผู้แต่ง 2 คน	สุภาภรณ์ เตังไตรสรณ์, และนริสา รัตนเลิศ. (2563). <i>การตรวจคัดกรองสุขภาพตาเด็ก</i> . โรงพยาบาลสงขลานครินทร์. Stein, L. M., & Hollen, C.J. (2021). <i>Concept-based clinical nursing skill: Fundamental to advanced</i> . Elsevier.

ผู้แต่ง 3-20 ให้ใส่ทุกคน

นนทพัทธ์ ศรีกำเหนิด, พรพิมล อยู่ประเสริฐ, อุมพร แสงคำ, และสุภาพ ศรีวงษา.
(2561). เส้นด้ายเหลือใช้ในงานอุตสาหกรรมสิ่งทอเพื่อส่งเสริมงานหัตถกรรมการ
ทอผ้าขาวม้า จังหวัดราชบุรี: *Yarn waste in the textile industry to
promote handwork loincloth in Ratchaburi*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
กรุงเทพ.

Chen, B., Xue, Y., Jing, H., Wang, X., Zhu, P., Hao, w., Li, M.,
& Gao, Y. (2023). Effectiveness of Chinese medicine formula
Huashibaidu granule on mild COVID-19 patients: A prospective,
Non-randomized, controlled trail. *Integrative Medicine Research*,
12(2023), 1-8. <https://www.elsevier.com/locate/imr>

ผู้แต่ง 21 คนขึ้นไป ใส่ชื่อ 19 คนแรก และใช้ , ... ตามด้วยชื่อคนสุดท้าย

Ittiwut, C., Mahasirimongkol, S., Srisont, S., Ittiwut, R., Chockjamsai, M.,
Durongkadech, P., Sawaengdee, W., Khunphon, A., Larpadisorn, P.,
Wattanapokayakit, S., Wetchaphanphesat, S., Arunotong, S.,
Srimahachota, S., Pittayawonganon, C., Thammawijaya, P., Khongphattayanayothin,
A., Kerr, S. J., Sutdan, D., Doungngern, P.,
... Shotelersuk, V. (2022). Genetic basis of sudden death after COVID-19
vaccination in Thailand. *Heart Rhythm*. 19(11), 1872-1877.
<https://www.reader.elsevier.com>

ผู้แต่งที่เป็นสถาบัน

กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2565). *การประเมินระบบ
การผลิตครูในประเทศไทย*. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

หนังสือแปล

คริสเตียน, ไบรอัน. (2562). *ปัญญา-มนุษย์-ประดิษฐ์: เมื่อความเป็นมนุษย์ถูกท้าทายใน
ยุคแห่ง AI*. (ที่ปรกร วุฒิปิทยามงคล, ผู้แปล). ซอลท์ พับลิชชิง.

บทความในหนังสือ

สุรพันธ์ สิทธิสุข. (2563). การสัมภาษณ์ประวัติ. ใน *วิทยา ศรีมาดา (บรรณาธิการ),
การสัมภาษณ์ประวัติและตรวจร่างกาย* (หน้า 1-7). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

E-book

ณัฐศักดิ์ บุญมี. (2560). *พลศาสตร์องค์ภัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์. <https://www.2book.com>

วารสาร

- จักรกฤษณ์ พิเดช. (2563). ผลของการฝึกพลัยโอเมตริกที่มีต่อความแข็งแรงและพลังของกล้ามเนื้อส่วนบนในนักกีฬาวอลเลย์บอลชาย. *สุขศึกษา พลศึกษาและสันทนาการ*, 46(2), 35-45.
- Khaonark, R., Kala, S., & Chatchawet, W. (2020). Preception in breastfeeding of postpartum mothers with newborns hospitalized in neonatal intensive care unit. *Songklanagarind Journal of Nursing*, 40(1), 30-44.
- จริยา อินทรศรี. (2564). กระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้สูงอายุกับผู้ดูแลในการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกบ้านของผู้สูงอายุจังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดเลย. *วารสารศูนย์อนามัย*, 9(15), 1-14. <https://doi.org/10.14456/rhpc9j.2021.1>
- Pitithanabodee, N. (2020). Systematic searching: practical ideas for improving results. *Journal of Information Science*, 38(4), 105-107. <https://doi.org/10.14456/jiskku.2020.24>

วิทยานิพนธ์

- สนธยา หลักทอง. (2562). การพัฒนาโมเดลการฝึกอบรมแบบผสมผสานตามหลักการนำตนเองเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการรู้ดิจิทัลสำหรับครูในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นพฤทธิ์ พรหมลิ่ง. (2564). การควบคุมอุณหภูมิในตู้อบสับปะรดปัตตาเวียด้วยการให้ความร้อนแบบเหนี่ยวนำ = The temperature control in the smooth cayenne pineapple incubator with induction heating. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. <http://sutir.sut.ac.th:8080/jspui/handle/123456789/9381>
- Shuangging, W. (2021). A comparative study of reporting verbs used Between bachelor's theses and master's theses by Chinese English majors. (Master's thesis). Suranaree University of Technology. <http://sutir.sut.ac.th:8080/jspui/handle/123456789/8940>

หนังสือพิมพ์

- พรประไพ เสือเขียว. (2566, 1 พฤษภาคม). ประเพณีสงกรานต์ “พระแก้วดอนเต้า” ศรีท้าวใหญ่ในภาพสะท้อนสรวงหลวง. *เดลินิวส์*, หน้า 4.
- ก้อนเมฆเล่าเรื่อง. (2566, 27 เมษายน). สร้างสรรค์สื่อจิตสาธารณะสำหรับเยาวชน. *เดลินิวส์ออนไลน์*. <http://dailynews.co.th/articles/1800666/>

เว็บไซต์

- กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรมควบคุมมลพิษ. (2566). ข้อมูลตรวจวัดคุณภาพอากาศจากสถานีตรวจวัดคุณภาพอากาศอัตโนมัติ (PM10) พื้นที่ทั่วประเทศ. <https://www.data.go.th/organization/pcd>
- European Environment Agency. (2023). *Pollution*. <https://www.eea.europa.eu/en/topics/in-depth/pollution>

ขั้นตอนการจัดทำวารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

1. ผู้แต่งสมัคร และส่งบทความ

1).ไฟล์ word 2).ไฟล์ pdf 3). แบบรับรองสิทธิ์ผ่านระบบออนไลน์

2. กองบรรณาธิการคัดกรองบทความเบื้องต้น (7 วัน)

ไม่ผ่านเกณฑ์

ผ่านเกณฑ์

3. กองบรรณาธิการพิจารณาบทความ (7 วัน) (ออกเอกสารตอบรับบทความไว้พิจารณา)

ผู้แต่งปรับ
แก้ไข

4. ส่งให้ผู้ประเมินพิจารณาบทความ (21 วัน)

5. แจ้งผลการประเมินบทความแก่ผู้แต่ง

6. ผู้แต่งปรับแก้บทความ (14 วัน)

7. กองบรรณาธิการพิจารณาบทความที่ปรับแก้

8. กองบรรณาธิการพิจารณาก่อน ตอรับ-ปฏิเสธ การตีพิมพ์

9. กองบรรณาธิการตอบรับการตีพิมพ์



RMUTK JOURNAL OF LIBERAL ARTS

Vol. 8 No. 1

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/larts-journal>



วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

เลขที่ 2 ถนนนางลิ้นจี่ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120

lartsjournal@mail.rmuth.ac.th

โทรสอบถามได้ที่ 02 287 9600 ต่อ 2115