JLARUS

วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ

Journal of Liberal Art of Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

E-ISSN: 2730-1982
ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2569
Vol.8 No.1 January - April 2026

Faculty of Liberal Arts | Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ

Journal of Liberal Art of Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

E-ISSN: 2730-1982

ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2569)
Vol.8 No.1 (January-April 2026)

วัตถุประสงค์

วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ เป็นวารสารวิชาการที่ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI รอบที่ 5 ให้เป็นวารสารที่มีคุณภาพกลุ่มที่ 1 (TCI ฐาน 1) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI จนถึง 31 ธันวาคม 2572 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเพื่อเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการแก่นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ทางด้านสังคมศาสตร์ ในมิติสังคมศาสตร์ทั่วไป ภาษาและภาษาศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์วิทยาศาสตร์กายภาพ (ภูมิศาสตร์ ภูมิสังคม สังคมสิ่งแวดล้อม ภูมิประวัติศาสตร์) จิตวิทยาการศึกษา ธุรกิจ การจัดการและการบัญชี การจัดการการท่องเที่ยว สันทนาการ และการบริการ ลักษณะของบทความที่จะนำลงตีพิมพ์ ได้แก่ บทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article) บทความปริทรรศน์หรือบทวิจารณ์วรรณกรรม (Review Article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

บทความที่ได้รับตีพิมพ์จะต้องได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการก่อนตีพิมพ์ ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Review) อย่างน้อย 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจากหลากหลายสถาบัน ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind Peer Review) เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยรับพิจารณาตีพิมพ์ต้นฉบับของบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ผลงานที่ส่งมาจะต้องไม่เคยเสนอหรือกำลังตีพิมพ์ในวารสารวิชาการใดมาก่อน

ทัศนะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น และไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ มีกำหนดออกเผยแพร่ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน
ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม
ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน-ธันวาคม

คณะกรรมการอำนวยการ

1. อาจารย์ ดร.สัมพันธ์ สุกใส	คณบดีคณะศิลปศาสตร์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธารนี นวัสนธี	รองคณบดีด้านบริหารและพัฒนาระบบ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิดาภา เร่งมีศรีสุข	รองคณบดีด้านวิชาการและวิจัย

คณะกรรมการอำนวยการ (ต่อ)

4. อาจารย์นัทธี เพชรบุรี	รองคณบดีด้านพัฒนานักศึกษา
5. อาจารย์ ว่าที่ร้อยโท ธวัชชัย สิงห์สุภา	รองคณบดีประจำศูนย์นนทบุรี
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทยา คงประพันธ์	รองคณบดีประจำศูนย์สุพรรณบุรี
7. นางสาวมลฤดี ทับพรม	หัวหน้าสำนักงานคณบดี
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิดาภา เร่งมีศรีสุข	บรรณาธิการ
9. อาจารย์ชนิดาภา เพิ่มพูล	กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิดาภา เร่งมีศรีสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

กองบรรณาธิการ

1. พระครูใบฎีกาอภิชาติ ธมฺมสุทฺโธ, ผศ.ดร.	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
2. พลอากาศตรี ดร.นภัทร์ แก้วนาค	ข้าราชการเกษียณอายุ
3. ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
4. ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังฆ์รักษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
5. รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา	มหาวิทยาลัยพะเยา
6. รองศาสตราจารย์ ดร.ชลอ รอดลอย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
7. รองศาสตราจารย์ ดร.อภินันท์ จันตะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
8. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัชชนันท์ อิศรเดช	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
9. รองศาสตราจารย์ ดร.ศรีเพ็ญ ศุภพิทยากุล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
10. รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคณาภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
11. รองศาสตราจารย์สายหยุด อุไรสกุล	ข้าราชการเกษียณอายุ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ดำเนิน	สมาคมวิจัยแห่งประเทศไทย
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิษฎาข์ ศรีเครือดง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต ปองเสงี่ยม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่พันตรี ดร.ธนู ทดแทนคุณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทยา คงประพันธ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ พิพัฒน์เอกสกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริณุต ไชยนิชย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษฎา ผาทอง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ออมวจี พิบูลย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
22. อาจารย์ ดร.สัมพันธ์ สุกใส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
23. อาจารย์วาสนา มะลินิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

กองบรรณาธิการ (ต่อ)

24. อาจารย์ชนิดาภา เพิ่มพูล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
25. อาจารย์พรทิพย์ ช่วยเพล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
26. Miss Lindsay Mayo Fincher	Texas Tech University

ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ

1. นายเอกชัย นาคณอม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
2. นายนพพร ไกรยศ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

1. พระครูใบฎีกาอภิชาติ ธมฺมสุทฺโธ, ผศ.ดร.	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
2. พลอากาศตรี ดร.นภัทร์ แก้วนาค	ข้าราชการเกษียณอายุ
3. นาวาอากาศหญิง ดร.อุษา โพนทอง	กรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกลาโหม
4. ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกโธสง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
5. ศาสตราจารย์ ดร.จำนงค์ อดิวัฒนสิทธ์	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
6. ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
7. ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังฆ์รักษา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
8. รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา	มหาวิทยาลัยพะเยา
9. รองศาสตราจารย์ ดร.ชลอ รอดลอย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
10. รองศาสตราจารย์ ดร.ศรีเพ็ญ ศุภพิทยากุล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
11. รองศาสตราจารย์ ดร.อภินันท์ จันตะนี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
12. รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
13. รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุยะพรหม	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
14. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัชชนันท์ อิศรเดช	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
15. รองศาสตราจารย์ ดร.สิริวัฒน์ ศรีเครือดง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
16. รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคณาภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
17. รองศาสตราจารย์ ดร.ภักดี โพธิ์สิงห์	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
18. รองศาสตราจารย์ ดร.ภาสกร ดอกจันทร์	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
19. รองศาสตราจารย์ ดร.ธโสธร ตู้ทองคำ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
20. รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนะ ปัญญาภา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21. รองศาสตราจารย์ ดร.โชติ บดีรัฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
22. รองศาสตราจารย์ สายหยุด อุไรสกุล	ข้าราชการเกษียณอายุ
23. พันเอกปรีดา บุญอำพล	กองบัญชาการกองทัพไทย
24. นาวาอากาศโท กิจจา พงศ์ไพศาล	สำนักข่าวกอง กรมการทหารอากาศ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก (ต่อ)

25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิษฎาข์ ศรีเครือดง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิศักดิ์ กัลยาณมิตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระราชูปถัมภ์
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ดำเนิน	สมาคมวิจัยแห่งประเทศไทย
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิติวุฒิ หมั่นมี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกันต์ แสงโชติ	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพาภรณ์ บุญประเสริฐ	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร จันทร์เจริญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถพล คำเขียน	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเมษย์ หนกหลัง	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงจันทร์ สินโพธิ์	ข้าราชการเกษียณอายุ
36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.จิติมา พักเพียง	องค์การบริหารส่วนจังหวัดราชบุรี
37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผกามาศ ชัยรัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตชพงษ์ เขียวพันธุ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษฎา ผาทอง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
40. อาจารย์ ดร.ปริชัย ดาวอุดม	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
41. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ เจิมสิทธิประเสริฐ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
42. อาจารย์ ดร.เกรียงไกร เจียรประดิษฐ์	สำนักงานตรวจการแผ่นดิน
43. อาจารย์ ดร.ณัฐนรี สมิตร	วิทยาลัยดุสิตธานี

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

1. รองศาสตราจารย์ ดร.โกศล จิตวิรัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ พันตรี ดร.ธนู ทดแทนคุณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ ร้อยตรี ดร.ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร ภาคีฉาย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิดาภา เร่งมีศรีสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ เถรวัตร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐาปกรณ์ ทองคำนุช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา วิริยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต ปองเสงี่ยม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธารนี นวัสนธี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทยา คงประพันธ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจพร เชื้อผึ้ง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมพงศ์ กุกแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน (ต่อ)

14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริณุต ไชยนิชย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลารัก ไชยโย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ สำราญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนธยา รัตนศักดิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ พิพัฒน์เอกสกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาลินันท์ บุญมี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรชัย เอมอักษร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กังสดาล ญาณจันทร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จักกเมธ พวงทอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จักร์กวี ซื่อตรง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จำรัก ซื่อตรง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธาริดา สกุลรัตน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา ปุระชาติ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิไลลักษณ์ จิราดลธนกฤต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมบัติ ศิริจันดา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
29 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี เผือกฟัก	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
30. อาจารย์ ดร.ทิวา ใจหลัก	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
31. อาจารย์ ดร.รชต จุฑาผิว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
32. อาจารย์ ดร.วาสนา อาจสาลิกรณ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
33. อาจารย์ ดร.สัมพันธ์ สุกใส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
34. อาจารย์ ดร.อุทุมพร เรืองฤทธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
35. อาจารย์ชนิดาภา เพิ่มพูล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
36. อาจารย์ณัฐวุฒิ เอี่ยมเนตร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
37. อาจารย์วาสนา มะลินิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

กลั่นกรองคุณภาพบทความ

1. พลอากาศตรี ดร.นภัทร์ แก้วนาค
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ดำเนิน
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิดาภา เร่งมีศรีสุข
4. อาจารย์ ดร.สัมพันธ์ สุกใส
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ พิพัฒน์เอกสกุล

ดูแลระบบและการประสานงาน

1. อาจารย์ชนิดาภา เพิ่มพูล
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ออมวจี พิบูลย์
3. นายจิระวุฒิ สาระธรรม
4. นายเอกชัย นาคณอม

จัดทำรูปแบบบทความ

1. อาจารย์มนพัฒน์ บุณยะบูรณ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริณุต ไชยนิชย์
3. อาจารย์จริณธรณ์ ศิระเมธินวงศ์
4. อาจารย์ดุจดาว เจริญผล
5. อาจารย์ ดร.รชต จุฑาผิว
6. อาจารย์พรทิพย์ ช่วยเพล

ตรวจสอบบทคัดย่อและพิสูจน์อักษร (ภาษาอังกฤษ)

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กังสดาล ญาณจันทร์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จักกเมธ พวงทอง
3. อาจารย์ ดร.ทิวา ใจหลัก

ตรวจรูปแบบและพิสูจน์อักษร (ภาษาไทย)

1. อาจารย์นัทธี เพชรบุรี
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมบัติ ศิริจันดา
3. อาจารย์จุฬารัตน์ ชัยพิทักษ์
4. อาจารย์ ดร.วิเชษฐชาย กมลสัจจะ
5. อาจารย์ชาสินี สำราญอินทร์

จัดทำรูปเล่มวารสาร

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิดาภา เร่งมีศรีสุข
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต ปองเสงี่ยม
3. อาจารย์กันตวีร์ เวียงสิมา
4. อาจารย์วาสนา มะลินิน
5. นายจิระวุฒิ สาระธรรม
6. อาจารย์ ดร.วาสนา อาจสาลิกรณ์

การเผยแพร่บทความวารสารและการลงระบบ Fast Track

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ พิพัฒน์เอกสกุล
2. อาจารย์มนพัฒน์ บุณยะบูรณ
3. อาจารย์พรทิพย์ ช่วยเพล
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ออมวจี พิบูลย์
5. อาจารย์ชนิดาภา เพิ่มพูล

ออกแบบปก : อาจารย์กันตวีร์ เวียงสิมา และนายจิระวุฒิ สาระธรรม

เจ้าของ : คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
เลขที่ 60 หมู่ 3 ถนนสายเอเชีย (กรุงเทพฯ-นครสวรรค์) ตำบลหันตรา
อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000
โทร. 035-709208, โทรสาร. 035-709208 http://www.arts.rmutsb.ac.th

บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เป็นวารสารวิชาการที่ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI รอบที่ 5 ให้เป็นวารสารที่มีคุณภาพกลุ่มที่ 1 (TCI ฐาน 1) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI จนถึง 31 ธันวาคม 2572 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเพื่อเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการแก่นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ทางด้านสังคมศาสตร์ ในมิติสังคมศาสตร์ทั่วไป ภาษาและภาษาศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์วิทยาศาสตร์กายภาพ (ภูมิศาสตร์ ภูมิสังคม สังคมสิ่งแวดล้อม ภูมิประวัติศาสตร์) จิตวิทยา การศึกษา ธุรกิจ การจัดการและการบัญชี การจัดการการท่องเที่ยว สันทนาการ และการบริการ

วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ จัดทำขึ้นปีละ 3 ฉบับ ฉบับนี้เป็นฉบับที่ 22 ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน 2569) บทความที่ตีพิมพ์ในฉบับนี้ได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการก่อนตีพิมพ์ และได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Review) อย่างน้อย 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องจากหลากหลายสถาบัน ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind Peer Review)

อนึ่ง ความคิดเห็นจากบทความวิชาการหรือรายงานการวิจัยแต่ละเรื่องที่นำเสนอในวารสารฉบับนี้ เป็นความเห็นจากผู้เขียนหรือผู้วิจัย กองบรรณาธิการมีหน้าที่จัดพิมพ์และเผยแพร่เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการแก่สังคมเท่านั้น

กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าบุคลากรทั้งในสถานศึกษาและสถานประกอบการตลอดจนผู้สนใจโดยทั่วไป จะได้รับสาระประโยชน์จากวารสารฉบับนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิดาภา เร่งมีศรีสุข
บรรณาธิการ

สารบัญ

บรรณาธิการ (ก)

บทบรรณาธิการ (ซ)

บทความวิจัย : Research Article

- **ความรักที่ดีในยุคดิจิทัล: การสื่อสารระหว่างบุคคล การปรับตัวเข้าหากัน และสุขภาวะทางอารมณ์ในยุคแห่งเทคโนโลยี** 1
  HEALTHY LOVE IN THE DIGITAL ERA: INTERPERSONAL COMMUNICATION, RELATIONAL ADAPTATION, AND EMOTIONAL WELL-BEING
  ชญาดา คงสินชัย
- **การพัฒนานวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทสู่การนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดการเรียนรู้บูรณาการ ในชั้นเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน** 16
  THE DEVELOPMENT OF AN INNOVATIVE SET OF APPLIED FOLK SONGS BASED ON FOOD WISDOM FROM SUGAR PALM, SANKHABURI DISTRICT, CHAINAT PROVINCE FOR INTEGRATED LEARNING MANAGEMENT IN FUNDAMENTAL EDUCATION CLASSROOMS
  กรัณย์พล วิวรรธมงคล, บัวผัน สุพรรณยศ, พัสสกรณ์ วิวรรธมงคล, ชุลีกร ปิ่นแก้ว, สุรพงษ์ ปิ่นแก้ว, อนัญญา เนตร์นิยม และ เรวัตตะ กิจจานุลักษ์
- **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องของ Generation Z: บทบาทของตัวแปรคั่นกลางความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้า** 29
  FACTORS AFFECTING THE INTENTION TO CONTINUE USING THE GRAB APPLICATION AMONG GENERATION Z: THE MEDIATING ROLES OF TRUST AND CUSTOMER SATISFACTION
  นันทกิตติ์ บุญรังษี, กุลธีรา ทองใหญ่, กรวิษณ์ ทองอ่อน, กู้เกียรติ์ ศักดิ์พรม, ญาณิศา พูนทอง และ สุนัฐชา บินล่าหมาน
- **THE EFFECTS OF AN INSTRUCTIONAL MODEL USING CONSTRUCTIVIST THEORY AND A TASK-BASED LEARNING APPROACH TO ENHANCE THE CHINESE TEACHING COMPETENCY OF NORMAL UNIVERSITY STUDENTS IN CHINA** 44
  Qiongyan Gao, Chatchai Muangpatom and Julamas Jansrisukot

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย : Research Article

- **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้** 57
  THE RELATIONSHIP BETWEEN LANGUAGE AND CULTURE IN ISAN INDIE COUNTRY SONGS
  จุฬารัตน์ ชัยพิทักษ์, บุญเลิศ วิวรรณ์ และ วีไลศักดิ์ กิ่งคำ
- **ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีมบริษัทซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด** 73
  MOTIVATIONAL FACTORS AFFECTING THE COMMITMENT OF TEAM LEDERS ZHULIAN (THAILAND) CO., LTD.
  ฉัตรชนก กระจับนาค และ สุจิตรา แนใหม่
- **ความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา: ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี** 88
  WELL- BEING OF THE PEOPLE IN THE THAILAND 4.0 CASE STUDY: YAN YAO SUB - DISTRICT, SAM CHUK DISTRICT, SUPANBURI PROVINCE
  พรทิพย์ ช่วยเพล, ฐกร อ่วมสถิตย์ และ สุภาวดี เผือกฟัก
- **INSTRUCTIONAL DESIGN USING JOHN DEWEY'S THEORY AND SITUATIONAL LEARNING THEORY TO ENHANCE THE LEARNING INTEREST AND ACHIEVEMENT OF ART STUDENTS** 102
  Xiaoxiao Wu, Phunarat Phiphithkul and Supratra Wanpen
- **การฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์** 115
  REHABILITATION FOR DONG LAKORN OLD TOWN CULTURAL HERITAGE TO HISTORICAL TOURISM DEVELOPMENT
  พัชรี กล่อมเมือง, ณัฏฐา เกิดทรัพย์ และ วณิฎา ศิริวรสกุล
- **ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา: บทบาทของตัวแปรคั่นกลางความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว** 128
  TOURIST ATTRACTION'S POTENTIALS INFLUENCING TO REVISITING INTENTION OF TOURISTS TRAVELING IN SONGKHLA PROVINCE: THE MEDIATING ROLE OF TOURIST SATISFACTION
  ณัฐณิชา ชายแผะ, กุลธีรา ทองใหญ่, พิชญาภา รองพล, สิรภัทร ยศเมฆ, สุธิดา สุวรรณมณี และ สุนิตตา สุวรรณชาติ

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย : Research Article

- **อิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนยูทูบและความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค** 142
  THE INFLENCES OF INFLUENCERS ON YOUTUBE AND INFLENCER-BRAND FIT AFFECTING CUSTOMER' S THE DECISION TO PURCHASE PRODUCTS
  วัลลภา พัฒนา และ จิรายุส ประสมพงษ์
- **การพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของจังหวัดนครนายก** 156
  DEVELOPMENT OF SAFE AGRICULTURAL TOURISM THROUGH COMMUNITY-BASED AGROTOURISM IN NAKHON NAYOK PROVINCE
  รวิกานต์ อำนวย, วณิฎา ศิริวรสกุล, พัชรี กล่อมเมือง และ ณัฏฐา เกิดทรัพย์
- **ผลกระทบของภาระผูกพันทางการเงินต่อการจ่ายเงินปันผล: หลักฐานเชิงประจักษ์จากตลาดเกิดใหม่ในประเทศไทย** 171
  THE IMPACT OF FINANCIAL LEVERAGE ON DIVIDEND PAYOUTS: EMPIRICAL EVIDENCE FROM AN EMERGING MARKET IN THAILAND
  ประภาพร กิจดำรงธรรม
- **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์** 185
  INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES STIMULATING LOYALTY OF PRAWa SILK CUSTOMERS IN KALASIN PROVINCE
  นิศากร สรรพเลิศ, เสาวลักษณ์ จิตติมงคล, จินตนา อ่อนลา และ กัลยรัศมิ์ ทิณรัตน์
- **อิทธิพลตัวแปรคั่นกลางความคล่องตัวขององค์การต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกรุงเทพมหานคร** 199
  THE MEDIATING EFFECT OF ORGANIZATIONAL AGILITY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN ELECTRONIC HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF E-COMMERCE BUSINESS IN BANGKOK
  จันจิราภรณ์ ปานยินดี, สมพร ปานยินดี และ ประภัสรา คงสาธิตพร

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย : Research Article

- **ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม** 213
  LOCAL WISDOM IN THE PRODUCTION OF KHANOM JA MONGKUT IN SAMUT SONGKHRAM PROVINCE
  วีรยุทธ เปลี่ยนสำโรง, จุฑามาศ พีรพัชระ และ เปรมระพี อุยมาวีรหิรัญ
- **ผลของกิจกรรมการเล่นบำบัดต่อพฤติกรรมก้าวร้าวและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับประถมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา** 226
  THE EFFECT OF PLAY THERAPY ACTIVITIES ON AGGRESSIVE BEHAVIOR AND ACADEMIC ACHIEVEMENT OF PRIMARY SCHOOL STUDENTS PHRANAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE
  สนอง รุ่งเรือง และ พชฏ นรสิงห์
- **การศึกษาระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุน ในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล** 240
  THE STUDY OF THE LEVEL OF THE PROFESSIONAL EXPERTISE ACCUMULATION OF SUPPORT PERSONNEL IN THE RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY GROUP
  ธัญญารัตน์ สาริกา, กุสุมา แย้มเกตุ และ จตุพล ยงศร
- **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง** 254
  FACTORS INFLUENCING THE SUCCESS OF LOCAL STREET FOOD BUSINESSES IN THAILAND'S LOWER CENTRAL REGION
  จุฑามาศ พีรพัชระ, อินท์ธีมา หิรัญอัครวงศ์ และ พัชรนันท์ ยังวรวิเชียร
- **การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านตะโกล่าง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี** 268
  PRODUCT DEVELOPMENT BASED ON COMMUNITY RESOURCES THROUGH A PARTICIPATORY PROCESS FOR SUSTAINABLE COMMUNITY MANAGEMENT OF BAN TAKO LANG, SUANPHUENG DISTRICT, RATCHABURI PROVINCE
  ประภัสสร มีน้อย
- **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา** 283
  FACTORS INFLUENCING JOB RETENTION OF PROFESSIONAL – LEVEL SAFETY OFFICERS IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE
  สุพรรษา ไทยธรรม และ ลัดดาวัลย์ สำราญ

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย : Research Article

- **แนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษาร้านกาแฟท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1** 296
  GUIDELINES FOR DEVELOPING CREATIVE EXPERIENCESCAPES OF LOCAL CAFÉS TO PROMOTE CUSTOMER LOYALTY: CASE STUDIES IN THAILAND'S LOWER NORTHERN PROVINCIAL CLUSTER 1
  ดาวรุ่ง ฟักทอง
- **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา** 310
  FACTORS AFFECTING FOOD WASTE FROM ONLINE FOOD DELIVERY SERVICE WITHIN PHRA NAKORN SI AYUTTHAYA PROVINCE
  ศิริมาพร เจริญในวงศ์เผ่า, ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ, สุตาภัทร จันทร์ประเสริฐ, อดิศัย วรรธนะภูติ และ พรเทพ แก้วเชื้อ
- **การสืบทอดและการอนุรักษ์ขนมบดินในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมชุมชนมัสยิดสวนพลู** 324
  TRANMISSION AND PRESERVATION OF KHANOM BODIN AS INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE OF THE SUAN PHLU MOSQUE COMMUNITY
  อนุพล แก้วยา และ จุฑามาศ พีรพัชระ
- **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา** 338
  FACTORS INFLUENCING UNDERGRADUATE ENROLLMENT DECISIONS AMONG FIRST-YEAR STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF PHAYAO
  ชลธิดา เทพหินลัพ, นรินธน์ นนทมาลย์, วิไลลักษณ์ ครุฑปาน, ชลล์สิฌาณ์ พรหมเสน และ สุมิตรา อินทะ

ภาคผนวก

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน I
ตัวอย่างการเตรียมต้นฉบับบทความวิจัย XI
ตัวอย่างการเตรียมต้นฉบับบทความวิชาการ/พิเศษ/ปริทรรศน์/ปกิณกะ XXI
กระบวนการพิจารณาบทความ XXVII

ความรักที่ดีในยุคดิจิทัล: การสื่อสารระหว่างบุคคล การปรับตัวเข้าหากัน และสุขภาวะทางอารมณ์ในยุคแห่งเทคโนโลยี

HEALTHY LOVE IN THE DIGITAL ERA: INTERPERSONAL COMMUNICATION, RELATIONAL ADAPTATION, AND EMOTIONAL WELL-BEING

ชญาดา คงสินชัย
Chayada Kongsinchai
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
Graduate School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration
Corresponding Author E-mail: 6521831004@stu.nida.ac.th
Received May 16, 2025; **Revised** October 14, 2025; **Accepted** October 27, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของความรักที่ดี (healthy love) ในบริบทยุคดิจิทัล ซึ่งเทคโนโลยีเข้ามามีอิทธิพลต่อการเริ่มต้น ดำรงอยู่ และยุติความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอย่างลึกซึ้ง โดยใช้กรอบแนวคิดจากจิตวิทยาเชิงบวก ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล และแนวคิดเรื่องการปรับตัวในความสัมพันธ์ เพื่อตอบคำถามว่า ความรักสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงได้อย่างไรท่ามกลางบริบทการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การศึกษานี้ใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหาและสังเคราะห์แนวคิดจากงานวิจัยและบทความวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์ปรากฏการณ์ร่วมสมัยที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ ได้แก่ การยุติความสัมพันธ์โดยไม่กล่าวลา (ghosting) การใช้สัญลักษณ์ดิจิทัลแทนถ้อยคำ ความคาดหวังในการตอบสนองแบบเรียลไทม์ ความหึงหวงในโลกออนไลน์ ความไม่สมดุลในการเปิดเผยตน (asymmetric intimacy) และความสัมพันธ์แบบเปิด (open relationship) ผลการศึกษาชี้ให้เห็นแนวทางในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่มั่นคงในยุคดิจิทัล 4 ประการ ได้แก่ (1) การสื่อสารอย่างมีสติ (mindful communication) (2) การปรับตัวโดยไม่ละทิ้งความเป็นตนเอง (adaptive intimacy) (3) การสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางใจ (emotional safe space) และ (4) การสร้างข้อตกลงร่วมกันอย่างชัดเจน (relational agreement) แนวทางเหล่านี้สะท้อนว่า แม้เทคโนโลยีจะเปลี่ยนรูปแบบการติดต่อ แต่ความรักที่มั่นคงยังต้องอาศัยความเข้าใจ ความซื่อสัตย์ และความตั้งใจในการดูแลกันอย่างสม่ำเสมอองค์ความรู้จากบทความสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานแนะแนว การให้คำปรึกษาเชิงจิตสังคม และการพัฒนาทักษะความสัมพันธ์ในบริบทครอบครัว ชุมชน และพื้นที่ออนไลน์ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว

คำสำคัญ: ความรักที่ดี, ความสัมพันธ์ยุคดิจิทัล, การสื่อสาร, จิตวิทยาเชิงบวก, พื้นที่ปลอดภัยทางใจ

Abstract

This article explored the characteristics of healthy love in the digital era, where technology profoundly shapes the initiation, maintenance, and dissolution of interpersonal relationships. Drawing upon frameworks from positive psychology,

interpersonal communication theories, and the concept of relational adaptation, the study sought to answer how love can remain stable amid today's rapidly evolving communication landscape. Employing content analysis and conceptual synthesis of relevant academic literature, the study examined contemporary phenomena that influence romantic relationships, including ghosting, the use of digital symbols instead of verbal expression, expectations for real-time responses, digital jealousy, asymmetric intimacy, and open relationships. The findings highlight four key strategies for fostering and sustaining stable relationships in the digital era: (1) mindful communication, (2) adaptive intimacy that preserves individual identity, (3) the cultivation of emotional safe spaces, and (4) the establishment of clearly defined relational agreements. These strategies illustrate that although technology transforms the modes and pace of interaction, enduring love continues to depend on mutual understanding, honesty, empathy, and intentional emotional care. Furthermore, the study underscores that digital connectivity, while enhancing access and immediacy, also introduces new emotional challenges that require greater awareness, self-regulation, and relational mindfulness to overcome. The insights derived from this study contribute to both theoretical and practical understandings of relational well-being in the digital era. They can be applied in relationship counseling, psychosocial guidance, and the development of relational skills within families, communities, and digital environments that increasingly define human connection. Ultimately, the study emphasizes that sustaining love in a digital society requires not only emotional intelligence but also conscious communication and shared commitment—elements that enable relationships to flourish, evolve, and remain resilient despite the volatility and immediacy of modern technology.

Keywords: Healthy Love, digital intimacy, interpersonal communication, positive psychology, emotional well-being

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่ผู้คนสามารถเชื่อมต่อกันได้ทุกที่ทุกเวลา เทคโนโลยีไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเป็นเครื่องมือสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคลเท่านั้น หากแต่ได้กลายเป็นพื้นที่หลักที่ความสัมพันธ์สามารถเริ่มต้น ดำเนินต่อ หรือยุติลงได้โดยไม่ต้องพบหน้ากัน ความรักที่เคยต้องอาศัยการพูดคุยแบบเห็นหน้า และการรับรู้ผ่านน้ำเสียงหรือภาษากาย กลับถูกแทนที่ด้วยการกดไลก์ ส่งข้อความ หรือ

โต้ตอบกันผ่านโซเชียลมีเดีย (Baym, 2015; Parsakia & Rostami, 2023) แม้การสื่อสารผ่านเทคโนโลยีจะทำให้การติดต่อสะดวกและรวดเร็วขึ้น แต่ก็ลดทอนการส่งผ่านอารมณ์และบริบท เช่น สีหน้า น้ำเสียง หรือภาษากาย ซึ่งมักช่วยเสริมความเข้าใจระหว่างกัน ส่งผลให้ความสัมพันธ์เสี่ยงต่อความเข้าใจผิดและความเปราะบางมากขึ้น (Walther, 1996) ขณะเดียวกัน การใช้อีโมจิหรือสัญลักษณ์ดิจิทัลแม้จะช่วยถ่ายทอดความรู้สึกได้ง่าย แต่ก็ยังมีข้อจำกัดด้านความหมาย เพราะขึ้นอยู่กับการตีความของผู้รับสารและบริบทการใช้ (Miller et al., 2016)

ในเวลาเดียวกัน เทคโนโลยีก็ทำให้การยุติความสัมพันธ์กลายเป็นเรื่องที่ง่ายและรวดเร็วกว่าที่เคย ไม่ว่าจะเป็นการหายตัวไปโดยไม่มีคำอธิบาย หรือการค่อย ๆ ลดระดับการพูดคุยลงโดยไม่บอกกล่าว พฤติกรรมลักษณะนี้อาจทำให้ผู้ถูกกระทำรู้สึกสับสน ไม่เข้าใจว่าเกิดอะไรขึ้น และบางครั้งถึงขั้นรู้สึกว่าสูญเสียคุณค่าในตนเอง ความสัมพันธ์จึงสิ้นสุดลง โดยที่อีกฝ่ายอาจไม่มีโอกาสแม้แต่จะกล่าวคำลา ปรากฏการณ์นี้สะท้อนวัฒนธรรมใหม่ ที่ผู้คนเริ่มหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่ไม่สบายใจ (LeFebvre et al., 2019) ซึ่งไม่จำเป็นต้องเกิดจากเจตนาไม่ดีเสมอไป หากแต่มีส่วนสัมพันธ์กับโครงสร้างของการสื่อสารออนไลน์ที่เอื้อให้ผู้ใช้สามารถหายไปได้ง่าย โดยไม่ต้องรับผิดชอบต่อความรู้สึกของผู้อื่น เทคโนโลยีจึงทำหน้าที่สองด้านในเวลาเดียวกัน ทั้งเป็น พื้นที่ของความใกล้ชิดและช่องทางในการห่างออกมา ได้โดยไม่ต้องเผชิญหน้ากัน นอกจาก ghosting แล้ว ความสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลยังเผชิญกับความเปราะบางจากความหึงหวงบนโลกออนไลน์ (digital jealousy) ซึ่งเกิดจากข้อมูลเล็ก ๆ ที่ปรากฏในโซเชียลมีเดีย เช่น การกดไลก์ การแชร์สตอรี่ หรือการอ่านข้อความแล้วไม่ตอบล้วนสามารถกระตุ้นความระแวงและบั่นทอนความไว้วางใจได้ Muise et al. (2009) พบว่า ผู้ที่ใช้ Facebook มาก มักประสบกับความหึงหวงในระดับที่สูงกว่า แม้ไม่มีเหตุผลที่ชัดเจนในพฤติกรรมของคู่รักก็ตาม อีกปรากฏการณ์สำคัญคือ ความไม่สมดุลในการเปิดเผยตัวตน (asymmetric intimacy) ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่งเลือกเปิดเผยความรู้สึก ความคิด หรือชีวิตประจำวันของตนอย่างตรงไปตรงมา ขณะที่อีกฝ่ายแสดงเฉพาะสิ่งที่ผ่านการคัดกรอง เช่น รูปภาพที่เลือกแล้ว หรือข้อความที่ไตร่ตรองไว้ล่วงหน้า (Walther, 1996) ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้อาจดูใกล้ชิดในระดับผิวเผิน แต่กลับซ่อนช่องว่างทางอารมณ์ที่ฝ่ายหนึ่งอาจรู้สึกว่าไม่รู้จักตัวจริงของอีกคนอย่างแท้จริง นอกจากนี้ความสัมพันธ์ยุคดิจิทัลยังเผชิญกับแรงกดดันเชิงดิจิทัล (digital pressure) ซึ่งหมายถึงความรู้สึกว่าต้องตอบสนองหรือสื่อสารกับอีกฝ่ายอยู่เสมอ เช่น การตอบข้อความทันที การแชร์ตำแหน่ง หรือการปรากฏตัวบนโซเชียลมีเดียในแบบที่อีกฝ่ายคาดหวัง พฤติกรรมเหล่านี้อาจถูกมองว่าเป็นการเอาใจใส่ แต่ในหลายกรณีกลับสร้างความเครียด ทำให้รู้สึกไม่มั่นคงทางอารมณ์ หรือแม้แต่ความรู้สึกว่าต้องสูญเสียตัวตนเพื่อรักษาความสัมพันธ์ไว้ งานวิจัยของ Stevic (2024) พบว่า แรงกดดันให้พร้อมตอบเสมอ คือการที่ผู้ใช้รู้สึกว่าต้องอยู่ในสภาวะออนไลน์ตลอดเวลาหรือตอบให้ไวตามความคาดหวัง แรงกดดันนี้ทำให้รูปแบบการใช้โซเชียลเปลี่ยนไป และอาจสะสมผลทางอารมณ์ได้หากยืดเยื้อในระยะยาว

เมื่อพิจารณาภาพรวมของความสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลจะพบว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมิได้จำกัดอยู่เฉพาะรูปแบบการแสดงความรักเท่านั้น หากแต่ส่งผลลึกซึ้งต่อคุณภาพของความสัมพันธ์โดยรวม ความรักในโลกยุคใหม่นี้จึงไม่อาจพึ่งพาเพียงความรู้สึกหรือช่วงเวลาแห่งความโรแมนติก แต่จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่โปร่งใส การสร้างพื้นที่ทางอารมณ์ที่รู้สึกปลอดภัย และการปรับตัวเข้าหากันอย่างเข้าใจและเคารพในความแตกต่าง Reis and Shaver (1988) อธิบายว่า ความใกล้ชิด (intimacy) มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ หากแต่เป็นผลจากกระบวนการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เมื่อแต่ละ

ฝ่ายเปิดเผยความรู้สึกของตนเอง และได้รับการตอบสนองด้วยความจริงใจ กระบวนการนี้จะช่วยหล่อหลอมสายสัมพันธ์ที่ลึกซึ้ง Rogers (1951) ยังเสนอว่า การยอมรับโดยไม่มีเงื่อนไข (unconditional positive regard) เป็นรากฐานสำคัญของความสัมพันธ์ที่มั่นคง โดยชี้ให้เห็นว่าแต่ละบุคคลย่อมต้องการเป็นตัวของตัวเองโดยไม่ต้องกลัวว่าจะถูกตัดสิน เมื่อรวมแนวคิดของ Rogers เข้ากับหลักการของการสื่อสารอย่างเปิดเผยและเคารพซึ่งกันและกัน ความสัมพันธ์ก็จะเติบโตได้อย่างมั่นคง แม้ในยุคที่การสื่อสารผ่านเทคโนโลยีกลายเป็นเรื่องปกติ ซึ่งแนวทางนี้ยังถูกนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทการให้คำปรึกษาด้านความสัมพันธ์ยุคใหม่อย่างแพร่หลาย (Parsakia & Rostami, 2023) ทั้งนี้ความยั่งยืนของความรักในยุคดิจิทัลจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับช่องทางการสื่อสาร หากแต่อยู่ที่ความตั้งใจ ความชัดเจน และความสม่ำเสมอในการดูแลความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสาระสำคัญที่สามารถนำไปใช้ได้ทั้งในชีวิตประจำวันและงานแนะแนวหรือจิตวิทยาความสัมพันธ์

ดังนั้นบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของความรักที่ดี ในบริบทของยุคดิจิทัล ซึ่งการทำงาน การเรียนรู้ และความสัมพันธ์ส่วนตัวล้วนเกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์เดียวกัน โดยใช้กรอบแนวคิดจากจิตวิทยาเชิงบวก ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล และวัฒนธรรมดิจิทัล เพื่อทำความเข้าใจว่าความรักที่ส่งเสริมสุขภาวะทางใจ ควรมีองค์ประกอบใด และจะคงอยู่ได้อย่างมั่นคงในยุคที่ความสัมพันธ์เปราะบางและเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน แม้จะมีงานวิจัยบางส่วนกล่าวถึงปรากฏการณ์เหล่านี้ แต่ยังขาดการสังเคราะห์เชิงองค์รวมที่เชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมในโลกออนไลน์กับคุณภาพของความรักอย่างเป็นระบบ บทความนี้จึงวิเคราะห์กรณีร่วมสมัย เช่น การใช้สัญลักษณ์ดิจิทัล (emoji-based affection) การยุติความสัมพันธ์โดยไม่กล่าวลาหรือไร้คำอธิบาย ความหึงหวงทางเทคโนโลยี (digital jealousy) และความไม่สมดุลในการเปิดเผยตัวตน เพื่อเสนอแนวทางการสื่อสารและการปรับตัวที่นำไปใช้ได้จริง ในการสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคง เกื้อกูล และส่งเสริมสุขภาวะทางใจในโลกที่การสื่อสารกลายเป็นแกนกลางของการใช้ชีวิตร่วมกัน ทั้งนี้ ข้อเสนอในบทความยังสามารถนำไปปรับใช้ในบริบทของการให้คำปรึกษาด้านความสัมพันธ์ยุคใหม่ ทั้งในระดับปัจเจกและระดับสังคม ซึ่งเป็นพื้นที่ที่การเข้าใจความเปราะบางเชิงดิจิทัลกำลังมีบทบาทมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

1. การวิเคราะห์ประเด็นร่วมสมัยในความสัมพันธ์ยุคดิจิทัล

ในยุคที่การใช้ชีวิตจำนวนมากไหลเวียนอยู่บนพื้นที่ดิจิทัล ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจึงมิได้ดำรงอยู่เพียงในโลกแห่งความเป็นจริง หากแต่ต้องเผชิญกับกลไก ความเร็ว และพลวัตของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ความรักที่ดีในบริบทเช่นนี้จึงไม่สามารถยึดรูปแบบความสัมพันธ์แบบเดิมได้ทั้งหมด แต่จำเป็นต้องอาศัยการปรับตัว การสื่อสารที่ชัดเจน และการตระหนักรู้ในตนเองและผู้อื่นอย่างลึกซึ้ง งานวิจัยฉบับนี้เลือกใช้กรอบแนวคิดจาก จิตวิทยาเชิงบวก (positive psychology) ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) และแนวคิดเรื่องความรักที่ดี (healthy love) จากนักคิดอย่าง Fromm (1956); Rogers (1951); Gottman (1999) และ Seligman (2011) เพื่อทำความเข้าใจว่า อะไรคือกลไกที่ทำให้ความสัมพันธ์เปราะบาง และอะไรคือองค์ประกอบที่ส่งเสริมสุขภาวะทางใจในความรัก บทความนี้นำเสนอผ่าน 7 ปรากฏการณ์ร่วมสมัยที่พบได้บ่อยในการสื่อสารเชิงสัมพันธ์บนโลกดิจิทัล ได้แก่ (1) การยุติความสัมพันธ์โดยไม่กล่าวลา (ghosting) (2) การสื่อสาร

ความรู้สึกผ่านอีโมจิ (3) การสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางใจ (4) ความคาดหวังการตอบสนองแบบเรียลไทม์ (5) ความหึงหวงในโลกออนไลน์ (6) ความใกล้ชิดที่ไม่สมดุล และ (7) ความสัมพันธ์แบบเปิดและไม่ผูกมัด (open relationships) โดยแต่ละประเด็นถูกวิเคราะห์เชิงลึกโดยใช้กรอบทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของความรักในยุคดิจิทัล ที่อาจเต็มไปด้วยความเปราะบาง ทว่ายังสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง หากมีการสร้างข้อตกลงร่วม ความเข้าใจ และการเคารพในพื้นที่ของกันและกัน ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นรากฐานสำคัญของความรักที่ดี ซึ่งไม่เพียงส่งเสริมสุขภาวะทางใจของแต่ละบุคคล แต่ยังช่วยให้ความสัมพันธ์ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนในโลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

1.1 การยุติความสัมพันธ์โดยไม่กล่าวลา

หนึ่งในปรากฏการณ์ที่สะท้อนความเปราะบางของความสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลอย่างชัดเจน คือ ghosting หรือการยุติการสื่อสารอย่างฉับพลันโดยไม่มีคำอธิบายใด ๆ พฤติกรรมนี้ทำให้ผู้ถูกกระทำรู้สึกสับสน สูญเสียความมั่นใจ และตั้งคำถามกับคุณค่าในตนเอง ความสะดวกในการตัดช่องทางการติดต่อ เช่น การไม่อ่านข้อความ การเลิกติดตาม หรือการบล็อกบัญชี ส่งผลให้ ghosting กลายเป็นกลยุทธ์ที่พบได้บ่อยในการยุติความสัมพันธ์ผ่านเทคโนโลยี โดยไม่ต้องเผชิญหน้าหรือรับผิดชอบต่ออารมณ์ของอีกฝ่าย Walther (1996) อธิบายว่า การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถควบคุมลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ได้มากกว่าการสื่อสารแบบพบหน้า (face-to-face) จึงเอื้อต่อความใกล้ชิดที่รวดเร็ว แต่ลดทอนมิติของ ความรับผิดชอบทางอารมณ์ (emotional responsibility) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของความรักที่ดีตามแนวคิดของ Fromm (1956) ผลกระทบของ ghosting ไม่เพียงส่งผลต่อความสัมพันธ์ในช่วงเวลาปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อสุขภาวะทางอารมณ์ในระยะยาว โดยเฉพาะการเกิดความค้างคาทางจิตใจ (emotional rumination) ความรู้สึกสูญเสียคุณค่าในตนเอง (self-esteem damage) และการลดความเชื่อมั่นในความสัมพันธ์ครั้งถัดไป (LeFebvre et al., 2019) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวกที่ Gable and Reis (2010) ระบุว่า ความสัมพันธ์ที่ดีต้องอาศัยความใส่ใจ การตอบสนองที่มีความหมาย และการเคารพซึ่งกันและกัน ในบริบทของความสัมพันธ์ที่ยุติลง การสื่อสารอย่างชัดเจนและเคารพกันจึงเป็นสิ่งสำคัญ แม้จะเป็นการบอกลา Rogers (1951) เสนอว่า การยอมรับโดยไม่มีเงื่อนไข เป็นรากฐานของความสัมพันธ์ที่มีสุขภาวะ ในขณะที่ Gottman (1999) ให้ความสำคัญกับการเริ่มต้นและยุติการสนทนาด้วยท่าทีที่อ่อนโยนหรือ soft startup ซึ่งช่วยลดความรุนแรงของความขัดแย้งและหลีกเลี่ยงการทำร้ายจิตใจโดยไม่ตั้งใจ งานวิจัยของ Similton and Wice (2024) พบว่า แม้ ghosting จะได้รับการตีความว่าเป็นการกระทำที่ไม่ให้เกียรติ แต่ในกลุ่ม Gen Z และ Millennials พฤติกรรมนี้กลับเริ่มถูกยอมรับว่าเป็น “norm” ใหม่ โดยเฉพาะในช่วงการเริ่มรู้จักกันหรือช่วงที่ยังไม่ผูกพันอย่างลึกซึ้ง การหายไปเฉย ๆ มักถูกมองว่าสบายใจกว่าและหลีกเลี่ยงความไม่สบายใจในการเผชิญหน้าได้ง่ายกว่าอย่างไรก็ตาม ความนิยมนั้นไม่อาจทดแทนผลกระทบทางใจที่ตามมาได้ โดยสรุป ghosting คือปรากฏการณ์ที่สะท้อนความเปราะบางของ

ความสัมพันธ์ดิจิทัลจากการขาด emotional responsibility และการขาดพื้นที่ทางอารมณ์สำหรับการยุติความสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์

1.2 การสื่อสารความรู้สึกผ่านอีโมจิ

การสื่อสารความรู้สึกในยุคดิจิทัลไม่จำกัดอยู่เพียงแค่ข้อความตัวอักษร หากแต่ขยายไปถึงการใช้สัญลักษณ์แทนความรู้สึก เช่น อีโมจิ ซึ่งกลายเป็นภาษาร่วมสมัยที่ผู้คนใช้แสดงอารมณ์ ความรัก หรือความห่วงใยในความสัมพันธ์ส่วนตัว งานวิจัยโดย Prada et al. (2018) พบว่าอีโมจิที่แสดงความรัก เช่น ❤️ 😘 😚 มักถูกใช้ในบริบทโรแมนติกเพื่อเสริมพลังความรู้สึกและสร้างความใกล้ชิดทางจิตใจ โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้นของความสัมพันธ์หรือระหว่างที่อยู่ห่างกัน แม้อีโมจิจะช่วยเติมเต็มการสื่อสารที่ขาดมิติทางอารมณ์ เช่น น้ำเสียง หรือภาษากาย (nonverbal cues) แต่ก็มีข้อจำกัดในแง่ของความหมายและการตีความ เนื่องจากอีโมจิแต่ละรูปสามารถสื่อความหมายได้หลากหลายขึ้นอยู่กับบริบทและประสบการณ์ของผู้รับสาร (Danesi, 2017) ความคลุมเครือนี้อาจนำไปสู่ความเข้าใจคลาดเคลื่อนหรือแม้กระทั่งความขัดแย้งในความสัมพันธ์ที่อาศัยการสื่อสารผ่านข้อความเป็นหลัก อีกทั้งทุกวันนี้อีโมจิกลายเป็นมากกว่าสัญลักษณ์ตกแต่งข้อความ แต่เป็นเหมือนเครื่องมือสื่อสารความรู้สึกในความสัมพันธ์ออนไลน์ งานของ Dubé et al. (2024) พบว่า คนที่มีความมั่นคงทางอารมณ์มักใช้อีโมจิอย่างเป็นธรรมชาติและสม่ำเสมอ ขณะที่คนที่มีลักษณะหลีกเลี่ยงกลับใช้น้อยลง โดยเฉพาะเวลาสื่อสารกับคนใกล้ชิด น่าสนใจไปกว่านั้น งานทดลองของ Huh (2025) ยังบอกด้วยว่า ข้อความที่มีอีโมจิมักถูกมองว่าใส่ใจมากกว่า และทำให้ผู้รับรู้สึกใกล้ชิดและพอใจกับความสัมพันธ์มากขึ้น อีโมจิจึงไม่ใช่แค่ภาพเล็ก ๆ บนหน้าจอ แต่มีผลจริงต่อความรู้สึกและคุณภาพความสัมพันธ์ในชีวิตประจำวันของเรา โดยสรุป การใช้อีโมจิมีศักยภาพในการสร้างความผูกพันที่ลึกซึ้ง หากใช้อย่างมีสติและสอดคล้องกับบริบทความสัมพันธ์ แต่หากใช้อย่างไม่ระมัดระวัง ก็อาจกลายเป็นแหล่งของความคลุมเครือ ความไม่เข้าใจ หรือความไม่จริงใจในสายตาของผู้รับสารได้

1.3 พื้นที่ปลอดภัยทางใจ

ในยุคดิจิทัลที่ความสัมพันธ์สามารถเริ่มต้นและจบลงได้ผ่านปลายนิ้ว พื้นที่ปลอดภัยทางใจจึงกลายเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญของความรักที่มั่นคง (healthy love) โดยหมายถึงพื้นที่ที่แต่ละฝ่ายสามารถเปิดเผยตัวตน ความรู้สึก และความเปราะบางได้โดยไม่รู้สึกกลัวว่าจะถูกตัดสินหรือถูกทอดทิ้ง แนวคิดนี้มีรากฐานจากทฤษฎีการให้การยอมรับโดยไม่มีเงื่อนไขของ Rogers (1951) ซึ่งชี้ว่าการที่บุคคลรู้สึกว่าได้รับการยอมรับอย่างแท้จริงจากอีกฝ่าย จะเอื้อให้เกิดความไว้วางใจ ความกล้าเปิดเผย และการเติบโตทางจิตใจอย่างมั่นคง การมีพื้นที่ดังกล่าวในความสัมพันธ์จึงไม่ใช่เรื่องโรแมนติกอย่างเดียว แต่คือความจำเป็นทางอารมณ์เพื่อให้ความสัมพันธ์ดำรงอยู่ได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของยุคดิจิทัล ในแง่ของรูปแบบการสื่อสาร Gottman (1999) ระบุว่าการสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางใจต้องอาศัยการสื่อสารอย่างอ่อนโยน (soft startup) การหลีกเลี่ยงถ้อยคำกล่าวโทษ และการซ่อมแซมความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเมื่อลงรอยกันไม่ได้ งานวิจัยโดย Briciu et al. (2024) ในวารสาร Dialogue and Universalism พบว่า “Safe Space for Dialogue” มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความไว้วางใจในความสัมพันธ์ โดยเฉพาะเมื่อใช้การฟังอย่างเห็นใจ (empathetic listening) และการสะท้อนอย่างใส่ใจ (reflective responding) เพื่อให้คู่สนทนาเปิดเผยความรู้สึกได้อย่างปลอดภัยและไม่ถูกตัดสิน ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับความสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลที่มักขาดบทสนทนาเชิงลึก

(Briciu et al., 2024) นอกจากนี้ แนวคิด digital empathy ของ Terry and Cain (2015) ชี้ให้เห็นว่า แม้การสื่อสารผ่านหน้าจอจะขาดการมองเห็นสีหน้าและอวัจนภาษา แต่การฟังอย่างตั้งใจและการตอบสนองด้วยความเข้าใจอย่างแท้จริงก็สามารถสร้าง “พื้นที่ปลอดภัยทางใจ” ได้เช่นกัน กล่าวได้ว่า พื้นที่ลักษณะนี้ไม่เกิดขึ้นเองโดยอัตโนมัติ หากแต่ต้องอาศัยความตั้งใจร่วมกันของทั้งสองฝ่ายที่จะเปิดใจ ฟังโดยไม่ตัดสิน และเคารพความรู้สึกของอีกคน ความรักที่มั่นคงในยุคดิจิทัลจึงไม่ได้วัดจากจำนวนข้อความหรือความเร็วในการตอบกลับ หากแต่วัดจากคุณภาพของการสื่อสารที่ทำให้แต่ละฝ่ายรู้สึกว่า “ฉันสามารถเป็นตัวเองได้อย่างมั่นใจและไม่ถูกทำร้ายในความสัมพันธ์นี้” งานวิจัยหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่า พื้นที่ปลอดภัยทางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับระดับความพึงพอใจในความสัมพันธ์ ความมั่นคงทางอารมณ์ และการมีปฏิสัมพันธ์ที่ลึกซึ้ง โดยเฉพาะในความสัมพันธ์ที่พึ่งพาการสื่อสารผ่านเทคโนโลยี (Reis & Shaver, 1988) อย่างไรก็ตาม การสร้างพื้นที่ปลอดภัยผ่านหน้าจอไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากธรรมชาติของการสื่อสารดิจิทัลมักเน้นความรวดเร็ว กระชับ และหลีกเลี่ยงบทสนทนาที่เปราะบาง (Gibbs et al., 2021) ส่งผลให้แม้จะมีการส่งข้อความบ่อย แต่กลับไม่ใช่การสื่อสารที่ปลอดภัยในเชิงอารมณ์ กล่าวโดยสรุป พื้นที่ปลอดภัยทางใจจึงมิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หากแต่ต้องอาศัยความตั้งใจร่วมกันของทั้งสองฝ่ายที่จะฟัง เข้าใจ และไม่ตัดสิน ความรักที่ยั่งยืนในยุคดิจิทัลจึงไม่ได้อยู่ที่จำนวนข้อความหรือความรวดเร็วในการตอบ หากแต่อยู่ที่คุณภาพของการสื่อสารที่ทำให้แต่ละคนรู้สึกว่า “ฉันสามารถเป็นตัวเองได้อย่างมั่นใจและไม่ถูกทำร้ายในความสัมพันธ์นี้

1.4 ความคาดหวังในการตอบสนองแบบเรียลไทม์

ในยุคดิจิทัลที่การสื่อสารเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ความเร็วในการตอบกลับกลายเป็นสิ่งที่มีนัยสำคัญต่อความรู้สึกของผู้คนอย่างไม่รู้ตัว การอ่านข้อความแล้วไม่ตอบ การขึ้นว่า “อ่านแล้ว” โดยไม่มีการตอบสนอง หรือการออนไลน์โดยไม่แสดงปฏิกิริยาใด ๆ ล้วนสร้างความคาดหวัง ความกดดัน และบางครั้งนำไปสู่ความเข้าใจผิดในความสัมพันธ์ Walther (1996) อธิบายว่าการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลก่อให้เกิดลักษณะ hyperpersonal interaction ซึ่งผู้คนมักสร้างภาพของความสัมพันธ์ในหัวตนเองมากกว่าความสัมพันธ์ที่เป็นจริงในเชิงประสบการณ์ ขณะที่ Gottman (1999) เน้นว่า ความสัมพันธ์ที่มั่นคงจำเป็นต้องมีพื้นที่ส่วนตัว และการจัดการเวลาอย่างสมดุล การเร่งเร้าให้ตอบทันที โดยไม่เข้าใจภาระของอีกฝ่าย อาจสะท้อนถึงความไม่มั่นคงทางอารมณ์ มากกว่าความใส่ใจ จากมุมมองจิตวิทยาเชิงบวก Seligman (2011) อธิบายว่า ความสัมพันธ์ที่ดีควรเป็นพื้นที่ที่ช่วยให้คนเติบโตและมีอิสระทางอารมณ์ ไม่ใช่ทำให้รู้สึกเหมือนต้องออนไลน์ตลอดเวลาเพื่อรักษาความรัก แต่ในโลกดิจิทัลปัจจุบันงานของ Stevic (2024) พบว่าความคาดหวังให้พร้อมตอบเสมอ เป็นแรงกดดันรูปแบบหนึ่งที่มีผลต่อวิธีการใช้โซเชียลมีเดียและการสื่อสารกับผู้อื่น นอกจากนี้ Angelini and Gini (2025) ยังพบว่าแรงกดดันเช่นนี้สามารถพัฒนาไปเป็น “digital stress” ซึ่งสัมพันธ์กับความตึงเครียดและความขัดแย้งในความสัมพันธ์ การลดความเปราะบางเหล่านี้จึงต้องอาศัยการตกลงร่วมกัน เช่น การกำหนดเวลาที่สะดวกในการสื่อสาร หรือการไม่ตีความความเงียบบนโลกออนไลน์ว่าเป็นการเมินเฉยโดยอัตโนมัติ และงานวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระยะไกล (LDR) พบว่า การส่งข้อความบ่อยครั้งและการตอบให้ผู้รับสารรู้ว่าอีกฝ่ายใส่ใจ รับฟัง และเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (perceived responsiveness)

มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในความสัมพันธ์ (Holtzman et al., 2021) นั่นหมายความว่า ไม่ได้วัดความรักจากความเร็วในการตอบ แต่ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของการตอบกลับ เช่น ความใส่ใจและการมีปฏิสัมพันธ์ที่สร้างความรู้สึกเชื่อมโยง แม้ไม่ได้ตอบกลับทันที แต่ขณะตอบก็ยังมีความสื่อถึงความรู้สึกอยู่เสมอ Healthy love ในบริบทนี้จึงไม่ใช่การตอบให้ไวที่สุด แต่คือการตอบกลับในจังหวะที่ยังมีความรู้สึกว่าเรายังอยู่ในความสัมพันธ์นั้นร่วมกัน

1.5 ความหึงหวงในโลกออนไลน์

ความหึงหวงเป็นอารมณ์พื้นฐานในความสัมพันธ์ใกล้ชิด แต่ในบริบทของยุคดิจิทัล ความรู้สึกนี้มีแนวโน้มรุนแรงและซับซ้อนขึ้น เนื่องจากโซเชียลมีเดียทำให้ข้อมูลเกี่ยวกับอีกฝ่ายเปิดเผยมากกว่าที่เคย ไม่ว่าจะเป็นการเห็นการกดไลก์ แสดงความคิดเห็น ใครเข้ามาดูสตอรี่ หรือแม้กระทั่งสถานะ “กำลังพิมพ์ข้อความอยู่” ปรากฏการณ์นี้เรียกว่า digital jealousy ซึ่งเกิดจากการที่เทคโนโลยีเปิดพื้นที่ให้เกิดการตีความเกินจริงแม้ไม่มีหลักฐานแน่ชัด งานวิจัยของ Muise et al. (2009) พบว่า ผู้ที่ใช้ Facebook มากกว่ามักประสบกับความหึงหวงในระดับที่สูงกว่า แม้จะไม่มีเหตุผลเชิงตรรกะที่แน่ชัด โดยเฉพาะในความสัมพันธ์ที่ไม่มั่นคงหรือมีประสบการณ์ลบในอดีต การเห็นกิจกรรมของอีกฝ่ายบนโลกออนไลน์สามารถกระตุ้นให้เกิดการจินตนาการถึงสถานการณ์แง่ร้ายได้อย่างง่ายดาย นำไปสู่ความไม่ไว้วางใจ การจับผิด หรือแม้แต่การพยายามควบคุมอีกฝ่าย ซึ่งอาจบั่นทอนความสัมพันธ์มากกว่าปกป้อง อีกทั้งแม้โซเชียลมีเดียจะเปิดโอกาสให้คู่รักได้ใกล้ชิดกันมากขึ้น แต่การติดตามพฤติกรรมออนไลน์ของอีกฝ่าย เช่น การตรวจดูโพสต์ย้อนหลัง การกดไลก์ หรือการจับตาความเคลื่อนไหว ก็อาจกลายเป็นแหล่งสร้างความกังวลและความไม่มั่นคงในความสัมพันธ์ได้ งานวิจัยของ Sullivan (2021) ชี้ว่า คนที่มีความวิตกกังวลในความผูกพัน (attachment anxiety) มักเกิดความหึงหวงมากขึ้นเมื่อการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลเป็นช่องทางหลัก ขณะที่การศึกษาในกลุ่มวัยรุ่นโดย Van Ouytsel et al., (2019) พบว่า การรับรู้ข้อมูลบางอย่างจากโซเชียล เช่น การโพสต์หรือการตอบโต้กับบุคคลอื่น สามารถกระตุ้นความหึงหวงและก่อให้เกิดความขัดแย้งได้จริง นอกจากนี้ Kovan (2023) ยังยืนยันว่าความหึงหวงบนโลกออนไลน์มีความเชื่อมโยงกับระดับความพึงพอใจในชีวิตที่ลดลง แต่สามารถบรรเทาได้หากคู่รักมีการสื่อสารที่ชัดเจน ซื่อสัตย์ และเคารพขอบเขตซึ่งกันและกัน

1.6 ความสัมพันธ์ที่ฝ่ายหนึ่งเปิดเผยมากกว่าอีกฝ่าย

ในโลกแห่งการสื่อสารดิจิทัล ความใกล้ชิดระหว่างบุคคลสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วผ่านการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็นข้อความ รูปภาพ หรือเรื่องราวชีวิตประจำวันที่แชร์บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย อย่างไรก็ตาม ความใกล้ชิดที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์ไม่ได้หมายความว่าแต่ละฝ่ายจะเปิดเผยตนเองในระดับที่เท่าเทียมกันเสมอ ความไม่สมดุลในการเปิดเผยตัวตน จึงกลายเป็นหนึ่งในปรากฏการณ์ที่ส่งผลต่อคุณภาพของความสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล Walther (1996) อธิบายผ่านแนวคิด hyper personal communication ว่าการสื่อสารออนไลน์เปิดโอกาสให้แต่ละฝ่ายจัดการภาพลักษณ์ของตนเองได้มากกว่าการสื่อสารแบบพบหน้ากัน ส่งผลให้ผู้ใช้อาจเลือกเปิดเผยเฉพาะด้านที่ต้องการนำเสนอ ขณะที่ซ่อนบางแง่มุมไว้เบื้องหลัง ทั้งจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม งานวิจัยโดย Ellison et al. (2006) พบว่า การสื่อสารในสภาพแวดล้อมดิจิทัล เช่น การออกเดตออนไลน์

มักเกี่ยวข้องกับการจัดการภาพลักษณ์ (impression management) และการเปิดเผยตัวตนอย่างเลือกสรร (selective self-presentation) ซึ่งอาจทำให้เกิดช่องว่างระหว่างภาพที่แสดงกับตัวตนจริง หากมีฝ่ายหนึ่งในความสัมพันธ์เปิดเผยข้อมูลหรือความรู้สึกมากกว่าอีกฝ่ายอย่างชัดเจน มักนำไปสู่ความไม่มั่นคงทางอารมณ์ เช่น ความรู้สึกว่า “รู้จักอีกฝ่ายไม่พอ” หรือรู้สึก “อยู่ในความสัมพันธ์เพียงลำพัง” โดยเฉพาะเมื่ออีกฝ่ายเลือกนำเสนอเฉพาะสิ่งที่ผ่านการกรองมาอย่างดี เช่น ภาพถ่ายที่เลือกแล้วหรือข้อความที่ปรับแต่งมาก่อนโพสต์ ในเชิงจิตวิทยา ความใกล้ชิดที่แท้จริงต้องอาศัยความสมดุลในการเปิดเผยตน (self-disclosure) ทั้งในแง่ของปริมาณและคุณภาพ เมื่อฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าอีกฝ่ายไม่เปิดเผยในระดับเดียวกัน อาจเกิดความไม่ไว้วางใจ ความสับสน หรือแม้แต่ความรู้สึกว่าตนไม่มีความสำคัญเพียงพอในสายตาของอีกฝ่าย (Altman & Taylor, 1973) กล่าวโดยสรุป การสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงในยุคดิจิทัลจึงไม่ใช่แค่การแชร์ข้อมูลมากหรือน้อย แต่เป็นการสร้างความมั่นใจร่วมกันว่า “สิ่งที่แบ่งปัน” มีความจริงใจ โปร่งใส และเกิดขึ้นในบรรยากาศที่ปลอดภัยทางอารมณ์ โดยเปิดโอกาสให้ทั้งสองฝ่ายเป็นตัวของตัวเองอย่างเท่าเทียมและเคารพซึ่งกันและกัน

1.7 ความสัมพันธ์แบบเปิดและไม่ผูกมัด

ความสัมพันธ์แบบเปิด คือ รูปแบบความสัมพันธ์ที่คู่รักยินยอมให้แต่ละฝ่ายสามารถมีความสัมพันธ์ทางกายหรือทางใจร่วมกับบุคคลอื่นได้ โดยอยู่บนพื้นฐานของความยินยอมและข้อตกลงร่วมกัน งานศึกษาของ Conley et al. (2017) ชี้ว่า ความสัมพันธ์ลักษณะนี้ไม่จำเป็นต้องด้อยคุณภาพกว่าความสัมพันธ์แบบผูกมัดเดียว หากมีการสื่อสารที่ตรงไปตรงมาและข้อตกลงที่ชัดเจน ความสัมพันธ์แบบเปิดสามารถสร้างความพึงพอใจและความมั่นคงได้เช่นกัน รูปแบบความสัมพันธ์นี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในยุคดิจิทัล ซึ่งผู้คนสามารถเข้าถึงเครือข่ายใหม่ได้อย่างรวดเร็วผ่านแอปพลิเคชันหาคู่และสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ขอบเขตของความรักในเชิงคู่สมรสเริ่มเบลอและยืดหยุ่นมากขึ้น แม้ความสัมพันธ์แบบเปิดจะสะท้อนแนวคิดเรื่องเสรีภาพ ความเป็นตัวของตัวเอง และการไม่ผูกขาดทางความรัก แต่ก็ท้าทายต่อการสร้างความมั่นคงทางอารมณ์ในระยะยาว การศึกษาของ Fleckenstein and Cox (2015) ชี้ว่า แม้ผู้ที่มีความสัมพันธ์แบบเปิดอาจรู้สึกพึงพอใจในระดับหนึ่ง แต่ความไม่ชัดเจนในขอบเขตความหึงหวงที่ไม่ได้รับการสื่อสาร และการขาดกลไกฟื้นฟูความไว้ใจ ยังคงเป็นประเด็นสำคัญที่กระทบต่อคุณภาพความสัมพันธ์ ในมุมของจิตวิทยาเชิงบวก Seligman (2011) อธิบายว่า ความสัมพันธ์ที่ดีต้องมีองค์ประกอบของความหมาย (meaning) และความผูกพัน (engagement) ซึ่งอาศัยการสื่อสารที่เปิดเผย ซื่อสัตย์ และมีข้อตกลงร่วมที่ทุกฝ่ายเข้าใจตรงกัน ทั้งนี้ Gottman and Silver (2015) ได้เสนอว่าความสัมพันธ์ที่มั่นคงต้องอาศัย “emotional bids” และการตอบสนองที่สร้างความมั่นใจ เช่น การฟังอย่างตั้งใจ การยืนยันคุณค่าของอีกฝ่าย และการสื่อสารขอบเขตอย่างตรงไปตรงมา ซึ่งเป็นทักษะที่มีความสำคัญยิ่งในความสัมพันธ์แบบไม่ผูกมัด อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์แบบเปิดไม่ใช่สิ่งที่ผิดหรือเป็นปัญหาโดยตัวของมันเอง หากแต่จะเปราะบางมากขึ้นเมื่อคู่รักไม่มีทักษะการเจรจา การควบคุมอารมณ์ และการสร้างข้อตกลงร่วมกัน งานศึกษาของ Korobov and Barnes (2024) พบว่า เมื่อขาดการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา ความรู้สึกไม่มั่นคง ความหึงหวง และความสงสัยในสถานะของตนมักเกิดขึ้นง่าย ความสัมพันธ์แบบเปิดสามารถส่งเสริมการเรียนรู้เรื่อง empathy และทักษะการสื่อสารได้

แต่หากไม่มีการกำหนดขอบเขตและความคาดหวังที่ชัดเจน ความสัมพันธ์ลักษณะนี้อาจกลายเป็นพื้นที่ของความสับสนและบาดแผลทางใจ มากกว่าจะเป็นพื้นที่ของการเติบโตและความเข้าใจร่วมกัน

2. แนวทางการสื่อสารและการปรับตัวเพื่อสร้างความรักที่ยั่งยืนในยุคดิจิทัล

จากการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ร่วมสมัยที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล พบว่า ความรักในโลกออนไลน์เผชิญกับความเปราะบางในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบทางอารมณ์ การสื่อสารที่คลุมเครือ ความไม่สมดุลในการเปิดเผยตัวตน หรือความคาดหวังให้โต้ตอบแบบเรียลไทม์ อย่างไรก็ตาม กรอบคิดจากจิตวิทยาเชิงบวก (Seligman, 2011) ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล Gottman (1999) และแนวคิดด้านความสัมพันธ์เชิงบำบัด (Rogers, 1951) ต่างสะท้อนว่า ความรักที่ยั่งยืนไม่ได้หมายถึงความสัมพันธ์ที่ไร้ปัญหา แต่คือความสามารถในการเติบโตไปพร้อมกันท่ามกลางความซับซ้อนและความเปลี่ยนแปลง จากแนวคิดข้างต้น ผู้เขียนเสนอแนวทาง 4 ประการเพื่อเสริมสร้างความรักที่มั่นคงในยุคดิจิทัล ดังนี้

2.1 การสื่อสารอย่างมีสติ

ในโลกที่อีโมจิหรือข้อความสั้นถูกใช้แทนความรู้สึก การสื่อสารอย่างมีสติ (mindful communication) จึงมีบทบาทสำคัญในการรักษาความเข้าใจในความสัมพันธ์ การฟังอย่างตั้งใจ (active listening) การพูดด้วยความเคารพ และการสะท้อนความรู้สึก (emotional mirroring) ช่วยให้คู่รักรู้สึกว่าได้รับการได้ยินและเข้าใจอย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น แทนที่จะตอบด้วยข้อความตัดบทอย่าง “ก็แล้วแต่” เมื่อไม่พอใจ อาจใช้ soft startup ว่า “เรารู้สึกไม่ค่อยดีตรงนี้ ขอเล่าให้ฟังหน่อยได้ไหม” ซึ่งเป็นวิธีเปิดบทสนทนาอย่างอ่อนโยนและปลอดภัยกว่า แนวทางนี้ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารที่ดีไม่ใช่แค่เร็วหรือถี่ แต่ต้องมีคุณภาพ สะท้อนความรู้สึกที่แท้จริง และช่วยลดความเข้าใจผิดอย่างยั่งยืน

2.2 การปรับตัวด้วยความเข้าใจ ไม่ใช่การจำยอม

ความรักในยุคดิจิทัลต้องอาศัยการปรับตัวที่ตั้งอยู่บนความเข้าใจ ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงตัวเองเพียงเพื่อเอาใจอีกฝ่าย ตัวอย่างเช่น การที่คนหนึ่งรู้สึกกังวลเมื่ออีกฝ่ายอ่านข้อความแล้วไม่ตอบ แทนที่จะคาดเดาหรือโกรธ อาจตกลงร่วมกันว่า “ถ้ายังไม่พร้อมคุย ขอเวลาสัก 2–3 ชั่วโมงก่อนจะตอบนะ” การพูดคุยเรื่องขอบเขตเล็ก ๆ เช่นนี้ สร้างความมั่นใจและลดความกดดันได้มาก แนวทางนี้ชี้ให้เห็นว่า ความยั่งยืนของความรักไม่ได้อยู่ที่การไม่มีความต่าง แต่อยู่ที่ความสามารถในการหาจุดสมดุลร่วมกันอย่างใส่ใจและจริงใจ

2.3 การสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางใจ

แม้ความสัมพันธ์จะเริ่มต้นผ่านโลกออนไลน์ แต่สิ่งที่หล่อเลี้ยงให้ความรักเติบโต คือ “พื้นที่ทางใจ” ที่ทั้งสองฝ่ายสามารถเป็นตัวของตัวเองได้โดยไม่กลัวว่าจะถูกตัดสิน แนวคิดการยอมรับโดยไม่มีเงื่อนไขของ Rogers (1951) ช่วยให้เข้าใจว่า ความรักที่มั่นคงต้องมาจากการฟังอย่างเปิดใจ การอยู่กับความรู้สึกของอีกฝ่ายโดยไม่รีบบอกว่า “อย่าคิดมาก” หรือ “เดี๋ยวก็หาย” แต่พูดว่า “เราอยู่ตรงนี้ เข้าใจเธอเสมอ” ตัวอย่างนี้คือ emotional mirroring ที่ช่วยลดช่องว่างในความสัมพันธ์ แนวทางนี้สะท้อนว่า ความสัมพันธ์ในยุคดิจิทัลจะเติบโตได้ เมื่อทั้งสองฝ่ายรู้สึกปลอดภัยที่จะเปิดเผย แม้ในเรื่องที่เปราะบางที่สุด

2.4 การสร้างข้อตกลงร่วมกันในความสัมพันธ์

ในโลกที่รูปแบบความรักหลากหลายและเปลี่ยนแปลงเร็ว การมีข้อตกลงร่วมกัน (shared agreements) เป็นสิ่งจำเป็นต่อความชัดเจนในความสัมพันธ์ ตั้งแต่ประเด็นพื้นฐาน เช่น “เราต้องการความสัมพันธ์แบบพิเศษไหม” “ขอบเขตความเป็นส่วนตัวอยู่ตรงไหน” ไปจนถึงเรื่องเล็ก ๆ เช่น “โอเคไหม ถ้าคุยกับคนอื่นบ้าง” ความชัดเจนนี้ไม่ได้หมายถึงการควบคุมอีกฝ่าย แต่คือการสร้างพื้นที่ที่ทั้งสองฝ่ายรู้สึกมั่นคง แนวทางนี้ชี้ว่า healthy love ในยุคดิจิทัลไม่ได้เกิดจากความรักแบบไร้เงื่อนไข แต่จากการร่วมกันออกแบบขอบเขตและเป้าหมายความสัมพันธ์อย่างตั้งใจ

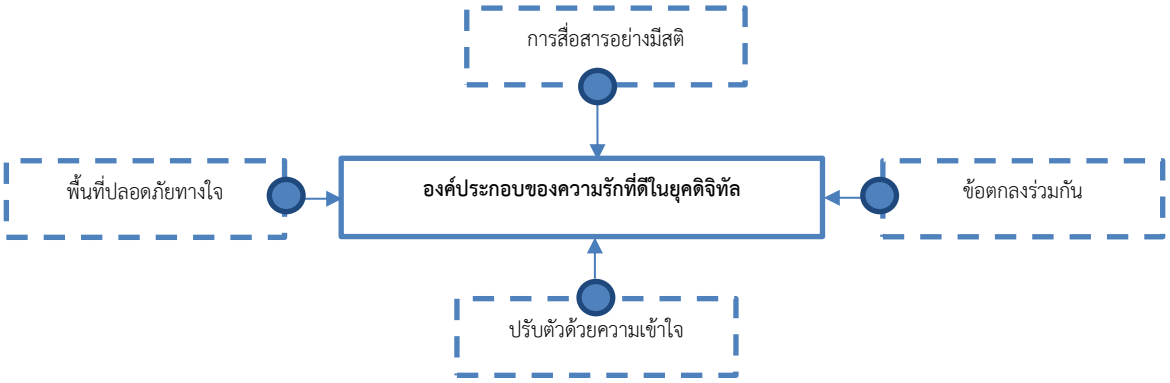
กล่าวโดยสรุป แนวทางทั้ง 4 ข้อนี้ไม่ใช่เครื่องมือเพื่อให้ความรักสมบูรณ์แบบ แต่เป็นเสาหลักที่ช่วยประคองความสัมพันธ์ให้เดินต่อไปได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ความรู้สึก และวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล ความรักที่ยั่งยืนจึงไม่ใช่เพียงเรื่องของ “ความรู้สึกดี” แต่คือการสื่อสาร การฟัง การเข้าใจ และการเคารพซึ่งกันและกันอย่างลึกซึ้ง

สรุป

บทความนี้มีคุณูปการสำคัญในการเปิดพื้นที่การวิเคราะห์เชิงวิชาการเกี่ยวกับความรักและความสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล โดยใช้กรอบแนวคิดจากจิตวิทยาและทฤษฎีการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ร่วมสมัยที่ส่งผลต่อการสร้าง รักษา และยุติความสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็น ghosting, asymmetric intimacy หรือ open relationships ซึ่งล้วนเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่สะท้อนความเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคม เทคโนโลยี และค่านิยมของคนรุ่นใหม่ ด้วยการสังเคราะห์องค์ความรู้จากนักคิดหลายสาขา บทความนี้ได้เสนอแนวทางเชิงประยุกต์ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน เช่น การสื่อสารอย่างมีสติ การสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางใจ และการปรับตัวเชิงสัมพันธ์ ซึ่งสามารถใช้ได้ทั้งในความสัมพันธ์ส่วนตัว การให้คำปรึกษาทางจิตวิทยา หรือการออกแบบนโยบายสาธารณะด้านสุขภาวะทางอารมณ์ในยุคดิจิทัล นอกจากนี้ บทความยังมีส่วนในการพัฒนาองค์ความรู้ด้าน จิตวิทยาความสัมพันธ์ร่วมสมัย โดยเสนอกรอบวิเคราะห์ที่สามารถต่อยอดเป็นเครื่องมือในการศึกษา ปรับใช้ หรือออกแบบระบบสนับสนุนทางสังคมที่ตอบโจทย์บริบทใหม่ของการสื่อสารในโลกออนไลน์ กล่าวโดยสรุป บทความนี้มิได้หยุดอยู่ที่การวิเคราะห์เชิงปรากฏการณ์เท่านั้น แต่ยังได้เสนอ ทางเลือกใหม่ ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและมีความหมาย โดยคำนึงถึงทั้งความซับซ้อนทางอารมณ์ และความเปลี่ยนแปลงของบริบทโลกยุคใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ

จากการศึกษาลักษณะของความรักที่ดีในยุคดิจิทัล โดยอิงกรอบแนวคิดจากจิตวิทยาเชิงบวก ทฤษฎีความรัก และแนวคิดการสื่อสารระหว่างบุคคล ร่วมกับการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ร่วมสมัย เช่น การหายตัวไปจากความสัมพันธ์ (ghosting), ความหึงหวงบนโลกออนไลน์ การใช้สัญลักษณ์ดิจิทัลแทนความรู้สึก และความไม่สมดุลในการเปิดเผยตัวตน ผู้เขียนได้สังเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของความรักที่ดีในยุคดิจิทัลออกเป็น 4 ประการ ซึ่งสามารถแสดงในรูปแบบผังมโนทัศน์ (conceptual diagram) ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 องค์ประกอบของความรักที่ดีในยุคดิจิทัล (ผู้เขียน, 2568)

แผนภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่า องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการสังเคราะห์ความรักที่ดีในยุคดิจิทัลนี้ ประกอบด้วย 4 ประการของ ได้แก่ (1) การสื่อสารอย่างมีสติ (2) การปรับตัวด้วยความเข้าใจ (3) การสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางใจ และ (4) การมีข้อตกลงร่วมกันในความสัมพันธ์ องค์ประกอบทั้งสี่นี้ไม่ได้เป็นเพียงข้อเสนอเชิงทฤษฎี แต่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทจริงได้ เช่น การให้คำปรึกษาด้านจิตสังคม การออกแบบแนวทางการสื่อสารในความสัมพันธ์คู่รัก หรือการให้ความรู้เรื่องความยืดหยุ่นทางอารมณ์ ในสังคมดิจิทัล ความสามารถของบุคคลในการปรับตัว รับมือ และฟื้นตัวจากสถานการณ์ที่กดดัน เจ็บปวด หรือท้าทายทางอารมณ์ เช่น ความเครียด ความสูญเสีย ความล้มเหลว หรือวิกฤตชีวิต โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและคนรุ่นใหม่ที่ใช้ชีวิตผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นหลัก ซึ่งแผนภาพองค์ประกอบของความรักที่ดีในยุคดิจิทัลที่บทความนำเสนอ ยังสามารถใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการประเมินคุณภาพของความสัมพันธ์ หรือใช้พัฒนาเครื่องมือทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความรักในโลกยุคใหม่ ทั้งนี้ ความรู้ชุดนี้ถือเป็นการขยายพรมแดนของทฤษฎีดั้งเดิมให้สอดคล้องกับพฤติกรรมมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการเน้นให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนไม่อาจพึ่งพาเพียงความรู้สึกหรือความโรแมนติก แต่ต้องออกแบบร่วมกันอย่างมีสติ บนพื้นฐานของการสื่อสาร ความเข้าใจ และความไว้วางใจ

เอกสารอ้างอิง

Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. Rinehart and Winston.

Angelini, F., & Gini, G. (2025). Digital stress and friendship conflict in adolescence: The role of perceived norms and features of social media. *Frontiers in Digital Health, 3,* 1497222. https://doi.org/10.3389/fdgth.2025.1497222

Baym, N. K. (2015). *Personal connections in the digital age* (2nd ed.). Polity Press.

Briciu, V. A., Michel, A., & Chavez, J. M. (2024). Safe space for dialogue and its role in rebuilding trust. *Dialogue and Universalism, 15*(3), 36. https://www.mdpi.com/2078-1547/15/3/36

Conley, T. D., Matsick, J. L., Moors, A. C., & Ziegler, A. (2017). Investigation of Consensually Nonmonogamous Relationships: Theories, Methods, and New Directions. *Perspectives on Psychological Science*, *12*(2), 205-232. https://doi.org/ 10.1177/1745691616667925

Danesi, M. (2017). *The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet*. Bloomsbury Publishing.

Dubé, S., Gesselman, A. N., Kaufman, E. M., Bennett-Brown, M., Ta-Johnson, V. P., & Garcia, J. R. (2024). Beyond words: Relationships between emoji use, attachment style, and emotional intelligence. *PLOS ONE, 19*(12), e0308880. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0308880

Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication, 11*(2), 415–441. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x

Fleckenstein, J. R., & Cox, D. W. (2015). The association of an open relationship orientation with health and happiness in a sample of older US adults. *Sexual and Relationship Therapy, 30*(1), 94–116. https://doi.org/10.1080/14681994.2014.976997

Fromm, E. (1956). *The art of loving*. Harper & Row.

Gable, S. L., & Reis, H. T. (2010). Good news! Capitalizing on positive events in an interpersonal context. *Advances in Experimental Social Psychology*, 42, 195–257. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(10)42004-3

Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating. *Communication Research, 33*(2), 152–177. https://doi.org/10.1177/0093650205285368

Gottman, J. M. (1999). *The seven principles for making marriage work*. Crown Publishing Group.

Gottman, J. M., & Silver, N. (2015). *The seven principles for making marriage work*. Harmony Books.

Holtzman, S., Kushlev, K., Wozny, A., & Godard, R. (2021). Long-distance texting: Text messaging is linked with higher relationship satisfaction in long-distance relationships. *Journal of Social and Personal Relationships, 38*(12), 3543–3565. https://doi.org/10.1177/02654075211043296

Huh, E. (2025). The impact of emojis on perceived responsiveness and relationship satisfaction in text messaging. *PLOS ONE, 20*(7), e0326189. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0326189

Korobov, N., & Barnes, A. (2024). Managing Jealousy within Non-Monogamous Romantic Relationships: A Critical Discursive Psychological Approach. *Journal Southern Communication Journal, 89(3–4), 228–246*. https://doi.org/10.1080/ 1041794X.2024. 2382094

Kovan, A. (2023). Social media jealousy and life satisfaction in romantic relationships: The mediating role of communication skills. *Actualidades en Psicología, 37*(135), 111-127. http://dx.doi.org/10.15517/ap.v37i135.51265

LeFebvre, L. E., Allen, M., Rasner, R. D., Garstad, S., Wilms, A., & Parrish, C. (2019). Ghosting in emerging adults' romantic relationships: The digital dissolution disappearance strategy. *Imagination, Cognition and Personality*, *39*(2), 125–150. https://doi.org/10.1177/0276236618820519

Miller, H., Thebault-Spieker, J., Chang, S., Johnson, I., Terveen, L., & Hecht, B. (2016). Blissfully happy or ready to fight: Varying interpretations of emoji. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 10*(1), 259–268. https://doi.org/10.1609/icwsm.v10i1.14757

Muise, A., Christofides, E., & Desmarais, S. (2009). More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? *CyberPsychology & Behavior*, *12*(4), 441–444. https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0263

Parsakia, K., & Rostami, M. (2023). Digital intimacy: How technology shapes friendships and romantic relationships. *AI and Tech in Behavioral and Social Sciences, 1*(1), 27–34. https://doi.org/10.61838/kman.aitech.1.1.5

Prada, M., Rodrigues, D. L., Garrido, M. V., Lopes, D., Cavalheiro, B., & Gaspar, R. (2018). Motives, frequency and attitudes toward emoji and emoticon use. *Telematics and Informatics, 35*(7), 1925–1934. https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.06.005

Reis, H. T., & Shaver, P. (1988). Intimacy as an interpersonal process. In S. Duck (Ed.), *Handbook of personal relationships.* John Wiley & Sons.

Rogers, C. R. (1951). *Client-Centered Therapy: Its Current Practice, Implications, and Theory*. Houghton Mifflin.

Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Free Press.

Similton, O., & Wice, M. (2024, March 11). *Gen Z and ghosting: Psychology Department research team explores the morality of this modern dating phenomenon.* The Self Monitor. https://hawksites.newpaltz.edu/psychology/archives/1983

Stevic, A. (2024). Under pressure? Longitudinal relationships between different types of social media use, digital pressure, and life satisfaction. *Social Media + Society, 10*(1). 1-12. https://doi.org/10.1177/20563051241239282

Sullivan, K. T. (2021). Attachment style and jealousy in the digital age: Do attitudes about online communication matter?. *Frontiers in Psychology, 12*, 78542. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.678542

Terry, C., & Cain, J. (2016). The Emerging Issue of Digital Empathy. *American journal of pharmaceutical education, 80*(4), 58. https://doi.org/10.5688/ajpe80458

Ouytsel, J. V., Walrave, M., Ponnet, K., Willems, A.-S., & Van Dam, M. (2019). Adolescents' perceptions of digital media's potential to elicit jealousy, conflict and monitoring behaviors within romantic relationships. *Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 13*(3), 3. https://doi.org/10.5817/CP2019-3-3

Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal. interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, *23*(1), 3–43. https:// doi.org/10.1177/009365096023001001

การพัฒนานวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาลอำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทสู่การนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดการเรียนรู้บูรณาการ ในชั้นเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

THE DEVELOPMENT OF AN INNOVATIVE SET OF APPLIED FOLK SONGS BASED ON FOOD WISDOM FROM SUGAR PALM, SANKHABURI DISTRICT, CHAINAT PROVINCE FOR INTEGRATED LEARNING MANAGEMENT IN FUNDAMENTAL EDUCATION CLASSROOMS

กรัณย์พล วิวรรธมงคล[1], **บัวผัน สุพรรณยศ**[2], **พัสสกรณ์ วิวรรธมงคล**[3]*,
ชุลีกร ปิ่นแก้ว[4], **สุรพงษ์ ปิ่นแก้ว**[5], **อนัญญา เนตร์นิยม**[6] **และเรวัตตะ กิจจานุลักษ์**[7]
Karanphon Wiwanthamongkon[1], Buaphan Suphannyot[2], Phatsakon Wiwanthamongkhon[3]*, Chuleekorn Pinkaeo[4],
Surapong Pinkaeo[5], Anannya Netniyom[6] and Rewatta Kitchanulak[7]
มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี[1,7], **มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**[2], **มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา**[3],
โรงเรียนคุรุประชาสรรค์ จังหวัดชัยนาท[4,5,6]
Kanchanaburi Rajabhat University[1,7], University of the Thai Chamber of Commerce[2],
Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University[3], Kuruprachasan School, Chai Nat Province[4,5,6]
*Corresponding Author E-mail: wphatsakon@aru.ac.th
Received July 14, 2025; **Revised** November 11, 2025; **Accepted** November 13, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นตาลสรรคบุรีและแนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพลง 2) พัฒนานวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล 3) ออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล 4) ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์ โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาลในชั้นเรียน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา ตัวอย่างที่ใช้ในการทดลองวิจัย ได้แก่ ครูระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานในอำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท จำนวน 25 คน ที่เข้าร่วมโดยสมัครใจ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ แบบประเมินการจัดการเรียนรู้และแบบบันทึกการถอดบทเรียน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นตาลสรรคบุรีและแนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพลงสร้างสรรค์เพื่อการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียน พบว่า ภูมิปัญญาตาลตำบลห้วยกรดเป็นเอกลักษณ์สำคัญของชุมชนและควรนำมาต่อยอดในการจัดการศึกษาและสืบทอดต่อเนื่องภูมิปัญญา 2) ผลการพัฒนานวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล ได้บทเพลง “ปลายจวักตาลสรรคบุรี” ผ่านการประเมินระดับมากที่สุด 3) ผลการออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาลของครู มีคุณภาพระดับมาก 4) ผลการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาลในชั้นเรียนของครู มีผลระดับมากและส่งเสริมการสร้างสรรค์โครงงานของนักเรียน

คำสำคัญ: นวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์, ภูมิปัญญาอาหารจากตาล, การจัดการเรียนรู้บูรณาการ, ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

Abstract

This research aimed to: (1) study the local identity of palm (tan) wisdom in Sankhaburi District and propose approaches for developing creative song innovations, (2) develop an applied folk song innovation using palm-based food wisdom, (3) design integrated learning management incorporating the innovation, and (4) evaluate the outcomes of implementing the innovation in classroom learning. The study employed a Research and Development (R&D) methodology. The participants were 25 fundamental education teachers who voluntarily participated in the study from Sankhaburi District, Chainat Province. Research instruments included interviews, expert evaluation forms, learning management assessment forms, and reflective journals. Data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and content analysis.

The results revealed that: (1) the palm (tan) wisdom of Huai Krot Subdistrict represents a distinctive cultural identity of the Sankhaburi community and should be further developed and integrated into education to preserve and transmit local wisdom sustainably, (2) the developed innovation, an applied folk song titled “Plai Jowak Tan Sankhaburi” composed in the traditional Choi rhythm, was rated by experts at the highest level for creativity, cultural integration, and educational value, (3) the instructional design integrating this innovation demonstrated high quality in terms of content structure, learning activities, and teacher competency, and (4) classroom implementation achieved highly effective results. Teachers were able to extend and adapt the innovation to strengthen local learning, while students showed creativity in project-based activities using palm wisdom, enhancing their vocational and life skills. Overall, the study emphasizes that integrating local wisdom through innovative folk song-based learning promotes cultural preservation, creativity, and sustainable education that connects schools, teachers, and communities.

Keywords: Innovative Folk Song, Sugar Palm Culinary Wisdom, Integrated Instruction, Basic Education Level

บทนำ

ประเทศไทยในสภาวการณ์การเปลี่ยนแปลงโลกในศตวรรษที่ 21 มีนัยสำคัญมากมายที่ส่งผลกระทบต่อภาคการจัดการศึกษาของไทย โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงจากศตวรรษที่ 20 สู่ศตวรรษที่ 21 มีกระแสแนวโน้มที่ผันผวน หน่วยงานภาครัฐได้กำหนดยุทธศาสตร์ของประเทศที่ให้น้ำหนักไปทางการศึกษาเพื่อยกระดับคุณภาพอย่างแท้จริง (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2557) อย่างไรก็ตาม

ผู้เรียนยังไม่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้ในชีวิตประจำวัน สถานศึกษายังไม่ได้ปรับสาระหลักสูตรและออกแบบการจัดการเรียนรู้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งในด้านเทคโนโลยีและสังคม (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) ประกอบกับสื่อและนวัตกรรมที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอและไม่บูรณาการท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม (กรัณย์พล วิวรรธมงคล, 2564) โดยเฉพาะภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เช่น อาหารจากตาล ที่มีแนวโน้มจะสูญหายและขาดผู้สืบทอด (จุฑารัตน์ นกแก้ว, 2564) ขณะที่แนวทางหนึ่งที่ส่งเสริมการเรียนรู้ได้คือการใช้ประวัติศาสตร์และเพลงพื้นบ้านที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปสู่การจัดการเรียนรู้ได้ (สุนทรชัย ชอบยศ, 2562; ยงยุทธ ชูแว่น, 2551)

พื้นที่เป้าหมายของการวิจัยอยู่ที่อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท ซึ่งเป็นแหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารจากตาลและเพลงพื้นบ้านที่มีความโดดเด่น คณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ศึกษา พบว่าภูมิปัญญาดังกล่าวยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้างและเริ่มสูญหาย ขาดการสืบทอดในรูปแบบที่เข้ากับยุคสมัย แม้จะมีความพยายามในการอนุรักษ์โดยหน่วยงานในพื้นที่ เช่น การจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์ตาล การวิจัยเกี่ยวกับตาล แต่ผลลัพธ์ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย อีกทั้งในพื้นที่ยังมีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น การใช้เพลงจากกลองรำมะนา ถ่ายทอดสาระสุนทรีย์ในชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเป็นสื่อการเรียนรู้ได้อย่างเหมาะสมกับผู้เรียนในท้องถิ่น (กรัณย์พล วิวรรธมงคล และสุรพงษ์ ปิ่นแก้ว, 2565)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมบทเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาลในอำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท สู่การนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดการเรียนรู้บูรณาการในชั้นเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยคณะผู้วิจัยได้มีประสบการณ์ในการศึกษาพื้นที่และทำงานร่วมกับคนในท้องถิ่น จึงสามารถศึกษาความต้องการ ปัญหา และบริบทได้อย่างลึกซึ้ง และชี้ให้เห็นถึงแนวทางการออกแบบสื่อการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการผสมผสานเพลงพื้นบ้านและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์การเรียนรู้ให้เกิดผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม

บทความวิจัยนี้นำเสนอการพัฒนาและออกแบบนวัตกรรมบทเพลงพื้นบ้านประยุกต์จากภูมิปัญญาอาหารตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท เพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ในบริบทท้องถิ่น โดยเนื้อหาครอบคลุมถึงการศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น การวิเคราะห์เนื้อหาบทเพลง การพัฒนานวัตกรรม และแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ทางวิชาการด้านการจัดการเรียนรู้ท้องถิ่นแบบบูรณาการ และส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดจิตสำนึกรักถิ่นฐานของตนเองอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นตาลสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท และแนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพลงสร้างสรรค์เพื่อการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียน
2. เพื่อพัฒนานวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท
3. เพื่อออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทในชั้นเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน
4. เพื่อศึกษาผลการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทในชั้นเรียนของครูและนักเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

การทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนานวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทสู่การนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดการเรียนรู้บูรณาการในชั้นเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเพลงพื้นบ้านและการประยุกต์ใช้

เพลงพื้นบ้านเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิต ความเชื่อ และอัตลักษณ์ของชุมชนแต่ละท้องถิ่น มีบทบาทในการถ่ายทอดประวัติศาสตร์และเชื่อมโยงคนรุ่นเก่ากับรุ่นใหม่ผ่านท่วงทำนอง เนื้อร้อง และรูปแบบที่หลากหลาย จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการแสดงออกทางวัฒนธรรม จากการศึกษาความหมายของเพลงพื้นบ้าน นักวิชาการหลายท่านนำเสนอแนวคิดที่สอดคล้องกัน เช่น Turino (2018) ระบุว่าเพลงพื้นบ้านคือดนตรีท้องถิ่นที่ช่วยกำหนดอัตลักษณ์ของภูมิภาค ด้วยการคงไว้ซึ่งรากทางประวัติศาสตร์และรูปแบบดนตรีเฉพาะ ขณะที่ Nettl (2019) มองว่าเพลงพื้นบ้านสะท้อนประเพณี ความเชื่อ และมรดกของชุมชน ส่วน Small (2020) ชี้ว่าเพลงพื้นบ้านช่วยสร้างความผูกพันทางสังคมผ่านการปฏิบัติร่วมกันของสมาชิก ซึ่งสะท้อนถึงพลังของดนตรีในการหลอมรวมผู้คน ด้านการเคลื่อนไหวทางสังคม Eyerman and Jamison (2021) เห็นว่าเพลงพื้นบ้านเป็นเครื่องมือสร้างความตระหนักรู้ การประท้วง และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม Manuel (2022) เสนอว่าเพลงพื้นบ้านได้พัฒนาไปพร้อมกับเทคโนโลยี โดยผสมผสานสไตล์ดั้งเดิมกับอิทธิพลสมัยใหม่เพื่อให้เข้าถึงผู้ฟังวงกว้าง นอกจากนี้ยังมีมิติทางเศรษฐกิจ โดย UNCTAD (2024) ชี้ว่าเพลงพื้นบ้านสามารถสนับสนุนอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ดึงดูดการท่องเที่ยว และสร้างงานในระดับท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนศักยภาพในเศรษฐกิจสร้างสรรค์

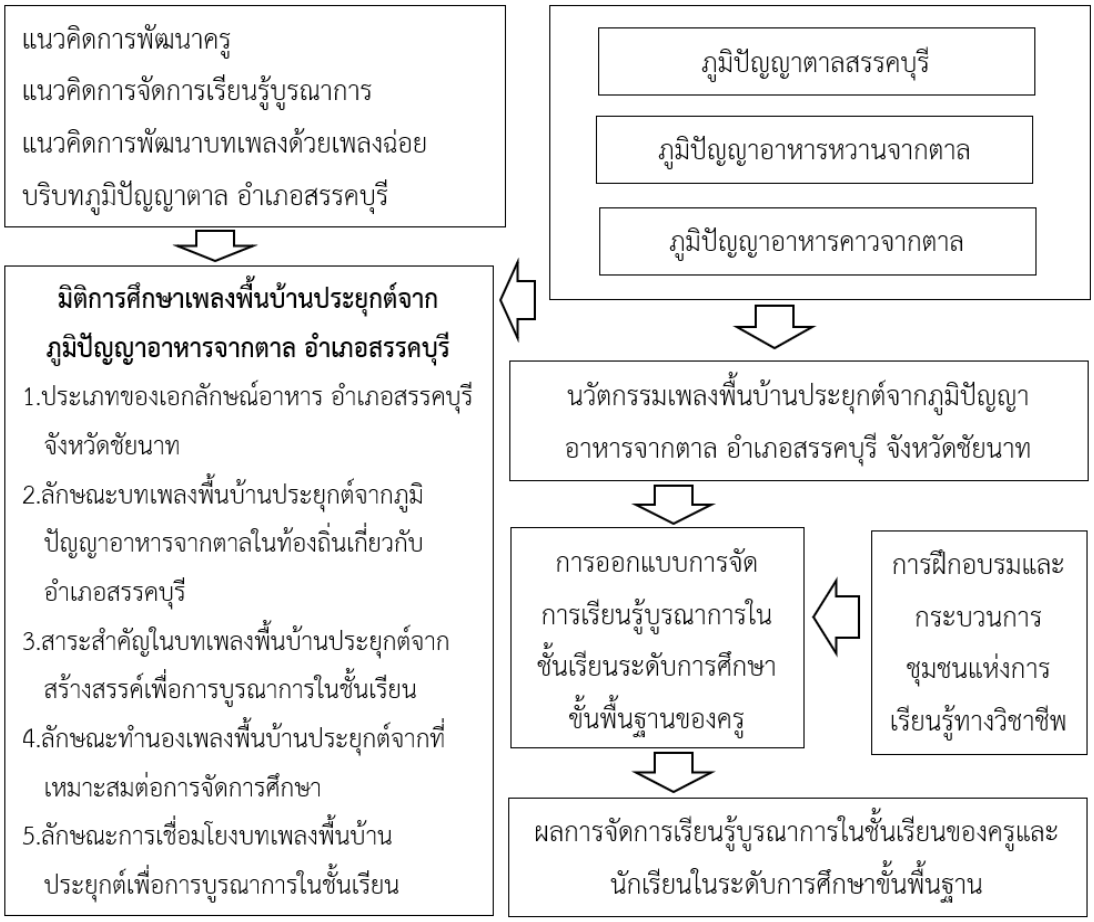
ซึ่งจากแนวคิดของนักวิชาการข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า เพลงพื้นบ้าน หมายถึง ดนตรีที่แสดงออกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนถึงประเพณี ความเชื่อ และมรดกของชุมชนที่มีแนวปฏิบัติทางวัฒนธรรมร่วมกัน เพื่อรักษารากฐานทางประวัติศาสตร์และกำหนดเอกลักษณ์ของภูมิภาค

2. ลักษณะเพลงที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับท้องถิ่น

บทเพลงที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้มีหลากหลายประเภท ซึ่งมีบริบทการใช้งานแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรม สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) เพลงทั่วไปเบ็ดเตล็ด เน้นสร้างความสนุกสนานและบรรยากาศในห้องเรียน มักเป็นเพลงสั้น จำง่าย และมักบูรณาการกับเกมหรือกิจกรรมกลุ่ม 2) เพลงประกอบเนื้อหาสาระการเรียนรู้ เป็นเพลงที่แต่งหรือดัดแปลงขึ้นเพื่อใช้ควบคู่กับเนื้อหาวิชา มักมีทำนองง่าย เช่น การปรบมือประกอบจังหวะ หรือใช้แนวเพลงที่ผู้เรียนชื่นชอบ เช่น ลูกทุ่งหรือสตริง 3) เพลงพื้นบ้าน เป็นเพลงท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา มีลักษณะกลอนหัวเดียวคำไม่ตายตัว มีสัมผัสอักษรแพรวพราว โดยเพลงพื้นบ้านภาคกลางที่นิยม ได้แก่ อีแซว ฉ่อย รำเหย่ย ลำตัด เรือ และเพลงทรงเครื่อง ซึ่งสามารถใช้ในการเรียนรู้ตามความชำนาญของผู้สอน (สมบัติ สมศรีพลอย, 2564) และ 4) เพลงประกอบการละเล่นไทย เช่น รีรีข้าวสาร มอญซ่อนผ้า งูกินหาง จ้ำจี้ มะเขือเปราะ และโพงพาง เป็นเพลงที่มีจังหวะประกอบการเคลื่อนไหวหรือเกมการศึกษา ซึ่งสามารถปรับใช้ในการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น สำหรับงานวิจัยนี้เลือกใช้ทำนองเพลงฉ่อย ซึ่งเป็นเพลงพื้นบ้านภาคกลางที่ชุมชนรู้จักและนิยม

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อสร้างนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์ โดยใช้เพลงฉ่อยของภาคกลางผสมผสานกับภูมิปัญญาอาหารจากตาลในอำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท สำหรับใช้ในการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการในชั้นเรียน เพลงฉ่อยถูกแต่งใหม่ เช่น “กับข้าวเพชฌฆาต” และ “ตำรับคาวหวานตาลสรรคบุรี” เพื่อสะท้อนวิถีชีวิตผ่านดนตรีพื้นบ้านร่วมสมัย การจัดการเรียนรู้เน้นเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นกับสาระวิชาภาษาไทย ศิลปะ และดนตรี โดยครูได้รับการอบรมให้พัฒนาแผนการสอนและใช้นวัตกรรมในชั้นเรียน การบูรณาการมีทั้งภายในและข้ามวิชา ตามแนวคิดของ Fogarty (2002), Jacobs (1989) และ Drake (1993) เพื่อเชื่อมโยงความรู้กับประสบการณ์จริงของผู้เรียน การพัฒนาครูใช้รูปแบบผสมผสาน ทั้งอบรมออฟไลน์และให้คำปรึกษาออนไลน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการออกแบบการเรียนรู้และการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม ถือเป็นแนวทางบูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการพัฒนาครูเพื่อยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดวิธีการดำเนินการ ดังนี้

ขั้นที่ 1 การวิจัย (Research) ศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นตาลสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท และแนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพลงสร้างสรรค์เพื่อการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียน กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ (1) ผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ ปราชญ์ท้องถิ่น และผู้เกี่ยวข้อง 10 คน ใช้เทคนิคการซักทอด (Snowball Technique) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม พร้อมตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (บุคคล ช่วงเวลา สถานที่) เพื่อให้ได้ข้อมูลสมบูรณ์ และ (2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการเรียนรู้บูรณาการ 5 คน มีคุณสมบัติคือเป็นผู้ที่มีผลงานและประสบการณ์พัฒนานวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น วิธีดำเนินการวิจัยประกอบด้วยการศึกษาเอกสาร วางแผน สร้างแบบสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญท้องถิ่นและครูผู้สอน เพื่อนำมาสังเคราะห์เอกลักษณ์อาหารตาลท้องถิ่นและแนวทางจัดการเรียนรู้บูรณาการสู่เพลงสร้างสรรค์ โดยใช้เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

ขั้นที่ 2 การพัฒนา (Development) พัฒนานวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์จากภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท กลุ่มเป้าหมายคือผู้ทรงคุณวุฒิ 7 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการร้องและแต่งเพลงพื้นบ้านประยุกต์ การเรียบเรียงเสียงร้อง และการแต่งบทร้อง วิธีการดำเนินการวิจัย โดยนำข้อมูลจากการศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นถูกสังเคราะห์เป็นนวัตกรรมเพลง โดยใช้ทำนองเพลงฉ่อย พัฒนาเป็นบทเพลงพื้นบ้านประยุกต์เกี่ยวกับอาหารจากตาล แล้วนำเสนอต่อนักวิชาการและปราชญ์ท้องถิ่น 7 คน เพื่อปรับปรุงก่อนจัดทำสื่อวิดีโอสำหรับใช้สอนจริง ผู้เชี่ยวชาญ 3 คนประเมินคุณภาพนวัตกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.52, S.D. = 0.49) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 1) แบบประเมินคุณภาพนวัตกรรมบทเพลงจากผู้เชี่ยวชาญ 2) คู่มือการออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการในชั้นเรียนจากนวัตกรรมเพลง

ขั้นที่ 3 การวิจัย (Research) การออกแบบและศึกษาการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์จากภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทในชั้นเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน กลุ่มเป้าหมายคือครู 25 คนในอำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท ที่เข้าร่วมโดยสมัครใจและมีคุณสมบัติคือมีความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดสร้างสรรค์ในการจัดการเรียนรู้บูรณาการเพลงพื้นบ้านสู่การสอนในชั้นเรียน วิธีการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วยการประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาครู ตรวจสอบและปรับปรุงแผนการสอนก่อนใช้จริง พร้อมนิเทศติดตามทั้งออนไลน์และในชั้นเรียน ครูนำเสนอผลการสอนและได้รับวุฒิบัตรครูต้นแบบ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินการออกแบบและแบบประเมินการจัดการเรียนรู้บูรณาการของครูและนักเรียน

ขั้นที่ 4 การพัฒนา (Development) การสรุปและถอดบทเรียนผลการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์จากภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทในชั้นเรียน ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน กลุ่มเป้าหมายคือครู 5 คนในอำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท ซึ่งเป็นตัวแทนจากระยะที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย โดยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนผลการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์จากภูมิปัญญาอาหารตาล จากนั้นรวบรวมข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องเพื่อถอดองค์ความรู้และสรุปเป็นรายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เครื่องมือวิจัยคือแบบบันทึกการถอดบทเรียนการจัดการเรียนรู้บูรณาการ

ทั้งนี้การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยขั้นที่ 1 ถึงขั้นที่ 4 คณะผู้วิจัยได้หาคุณภาพเครื่องมือโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบทุกเครื่องมือในการศึกษาวิจัย โดยมีค่าระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งสามารถยอมรับได้และนำไปใช้ได้

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นตาลสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท และแนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพลงสร้างสรรค์เพื่อการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียน พบว่า ภูมิปัญญาตาล ณ อำเภอสรรคบุรี โดยเฉพาะที่ตำบลห้วยกรดถือเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่ฝังรากลึกในวิถีชีวิต ชุมชนใช้ประโยชน์จากต้นตาลที่ขึ้นตามคันนาในการดำรงชีพ โดยเฉพาะการแปรรูปเป็น ผลิตภัณฑ์อาหาร ที่หลากหลายทั้งคาว เช่น แกงคั่วหัวตาล และหวาน เช่น ลอนตาลเชื่อม สะท้อนถึงองค์ความรู้ที่สืบทอดกันมา ความเข้มแข็งของท้องถิ่นปรากฏชัดผ่านการอนุรักษ์ โดยมีกลุ่มอนุรักษ์ตาลบ้านห้วยกรด เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนและเป็นแหล่งเรียนรู้ต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ ควรนำไปประยุกต์บูรณาการในการจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียนและการมีพื้นที่อนุรักษ์ภายใต้พระราชดำริ (สวนตาลงาม) ซึ่งทำให้ภูมิปัญญาตาลสรรคบุรีมีคุณค่าทั้งในมิติวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการศึกษาอย่างครบถ้วน

2. ผลการพัฒนานวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท ได้พัฒนานวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์จากภูมิปัญญาอาหารจากตาลได้สำเร็จ โดยนำภูมิปัญญาอาหารจากตาลทั้งอาหารหวานและอาหารคาวนำมาบูรณาการสู่บทเพลงพื้นบ้าน “ฉ่อย” ภายใต้ชื่อเพลง ปลายจวักตาลสรรคบุรี พร้อมเรียบเรียงทำนองด้วยดนตรีร่วมสมัยและจัดทำเป็นสื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ โดยผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ 7 ท่าน มีคุณภาพค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.52, S.D. = 0.49) เพื่อพิจารณาประเด็นย่อยจำแนกได้ดังนี้ ด้านทำนองและประโยชน์ในการนำไปใช้มีคุณภาพระดับมากที่สุด และด้านเนื้อหาบทเพลงและสาระท้องถิ่นตาลที่ปรากฏในบทเพลงมีคุณภาพในระดับมาก



แผนภาพที่ 2 แสดงเนื้อเพลงและนวัตกรรมเพลงฯ ปลายจวักตาลสรรคบุรีแพลตฟอร์มออนไลน์ Youtube

3. ผลการออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทในชั้นเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้ฝึกอบรมครูจำนวน 25 คน ให้สามารถออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้โดยบูรณาการนวัตกรรมเพลง ค่าเฉลี่ยรวมมีคุณภาพอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.17,S.D.= 0.67) โดยเฉพาะในประเด็นด้านการจัดกิจกรรมแบบ Active Learning การเลือกใช้สื่อ และการวัดผลประเมินผล ซึ่งแสดงถึงความสามารถของครูในการออกแบบการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับนวัตกรรมท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม แต่อาจด้วยการกำหนดเป้าหมายการเรียนรู้(มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด/ผลการเรียนรู้/จุดประสงค์) สอดคล้องกับ

นวัตกรรมตาล ผู้ออกแบบแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ยังไม่สอดคล้องและสัมพันธ์กับสาระท้องถิ่น จึงเป็นสาเหตุสำคัญในเรื่องส่วนอื่น ๆ ของการออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการ

4. ผลการศึกษาผลการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทในชั้นเรียนของครูและนักเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.12, S.D.= 0.71) เมื่อพิจารณารายประเด็นย่อย พบว่าทุกประเด็นการประเมินค่าเฉลี่ยระดับมากเช่นกัน โดยครูสามารถใช้เพลงเพื่อเชื่อมโยงประเด็นท้องถิ่นกับเนื้อหาในหลากหลายสาระวิชา และนักเรียนมีพัฒนาการด้านการคิดสร้างสรรค์ เช่น การต่อยอดเป็นโครงงาน “คุกกี้ตาล” หรือ “น้ำเชื่อมตาลโตนด” นอกจากนี้ ยังเกิดผลกระทบในระดับชุมชน ได้แก่ การฟื้นฟูองค์ความรู้ท้องถิ่น การสร้างอัตลักษณ์พื้นที่ และการนำเพลงไปใช้ในงานวัฒนธรรมและสื่อออนไลน์เพื่อการเรียนรู้และการประชาสัมพันธ์

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นตาลสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท และแนวทางการพัฒนานวัตกรรมเพลงสร้างสรรค์เพื่อการจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียน พบว่า ภูมิปัญญาตาลห้วยกรดฝังรากในวิถีชีวิตชุมชน สะท้อนผ่านอาหารจากตาลทั้งคาวและหวาน ชุมชนเข้มแข็งในการอนุรักษ์ โดยมีกลุ่มอนุรักษ์ตาลบ้านห้วยกรดเป็นแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ พัฒนาสู่เศรษฐกิจและการศึกษา ทำให้ภูมิปัญญานี้มีคุณค่าสูงและพร้อมต่อยอดสู่นวัตกรรมเพลงสร้างสรรค์เพื่อการเรียนรู้ ตาลถูกบูรณาการในวิถีชีวิตและการจัดการของชุมชนผ่านการแปรรูปและการจัดการองค์ความรู้โดยการนำไปประยุกต์บูรณาการในการจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน อย่างไรก็ตาม การเก็บข้อมูลภาคสนามมีข้อจำกัด เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ทำให้บางข้อมูลสะท้อนมุมมองเชิงวัฒนธรรมดั้งเดิมมากกว่าร่วมสมัย ซึ่งจากผลการวิจัยของ กรัณย์พล วิวรรธมงคลและสุรพงษ์ ปิ่นแก้ว (2565) ได้ทำการวิจัย พบว่า บริบทท้องถิ่น อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในบริบทพื้นที่มีความอุดมปัญญาทั้งบุคคลต้นแบบ อาชีพ หรือสภาวะการดำรงชีวิตที่เรียบง่าย และเหมาะสมต่อการนำไปใช้ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จุฑารัตน์ นกแก้ว (2564) ตาลเป็นทรัพยากรท้องถิ่นที่มีคุณค่าเชิงเศรษฐกิจและภูมิปัญญาแต่แนวโน้มการประกอบอาชีพทำตาลลดลง ส่งผลให้ความรู้นี้ใกล้สูญหาย หน่วยงานภาครัฐจึงควรเร่งสนับสนุนให้มีการอนุรักษ์และต่อยอดอย่างยั่งยืน

2. ผลการพัฒนานวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท ได้คัดเลือกองค์ความรู้ด้านการแปรรูปตาลเป็นอาหารคาวหวานมาสร้างสรรค์เป็นบทเพลง “ปลายจวักตาลสรรคบุรี” โดยใช้ฉันทลักษณ์เพลงฉ่อย ผสมทำนองดนตรีสากล เพื่อให้เข้ากับผู้เรียนยุคใหม่ ลักษณะบทเพลงเข้าใจง่าย สนุกสนาน มีจังหวะแบ่งรับส่งช่วยให้เรียนรู้ได้ง่าย และสื่อความรู้เรื่องตาลได้อย่างชัดเจน ผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากตาลเป็นพืชที่ใช้ประโยชน์ได้รอบด้านและเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสรรคบุรี อย่างไรก็ตาม ภูมิปัญญาตาลเริ่มเลือนหาย โดยเฉพาะความรู้ด้านอาหารซึ่งขาดการสืบทอด การใช้เพลงพื้นบ้านจึงเป็นแนวทางอนุรักษ์และถ่ายทอดความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่นที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเช่นกัน หากมีการปรับบริบทของบทเพลงและภาษาท้องถิ่นให้เหมาะสมกับเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ Turino (2018), Nettl (2019), Small (2020),

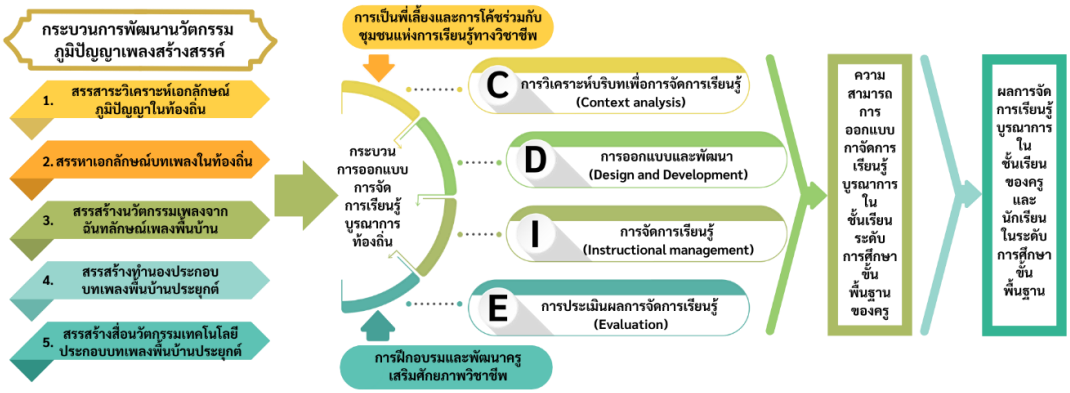
Eyerman and Jamison (2021), Manuel (2022) และ UNCTAD (2023) ที่ชี้ว่า ดนตรีพื้นบ้านสะท้อนอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรรัตน์ ศรีช่วงโชติ (2566) ศึกษาวิจัยพบว่า การใช้เพลงพื้นบ้านจะเป็นบทเพลงร้องสั้นๆ จดจำง่าย มีเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบการเล่นเพลงรำโทน ประกอบด้วย กลองโทน ฉิ่ง และกรับ

3. ผลการออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของครูหลังการฝึกอบรมฯ มีคุณภาพค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากครูมีพื้นฐานด้านการจัดการเรียนการสอนตามเนื้อหาวิชา จึงสามารถประยุกต์ใช้การจัดการเรียนรู้บูรณาการได้ แม้บางรายยังไม่มั่นใจในการนำไปใช้ในรายวิชาของตน อย่างไรก็ตามยังพบปอุปสรรคในเรื่องการขาดบุคลากรที่มีความชำนาญด้านดนตรีพื้นบ้านและการบูรณาการเข้ากับหลักสูตรอย่างเป็นระบบ จึงอาจต้องอาศัยการพัฒนาครูร่วมกับชุมชนในระยะต่อไป ทั้งนี้การใช้บทเพลงในขั้นนำและขั้นกิจกรรมสะท้อนความสนใจของผู้เรียนและสอดคล้องกับแนวทางการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) โดยรูปแบบการจัดการเรียนรู้มีโครงสร้างง่าย ครอบคลุมตามแบบฟอร์มของโรงเรียนและสอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ McLain (2019) ระบุว่าสื่อควรกระตุ้นความคิด ความรู้สึก และทักษะของผู้เรียน และการสร้างเจตนาสั่งสอนเกี่ยวกับสื่อคือกุญแจสำคัญในการเรียนรู้ ขณะที่งานวิจัยของศิริรัตน์ รักกิจ และคณะ (2566) พบว่า การจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการข้ามศาสตร์ไม่แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบระหว่างเพศและชั้นปี แสดงถึงศักยภาพของแนวทางนี้ในการพัฒนาการเรียนรู้ที่เท่าเทียม

4. ผลการจัดการเรียนรู้บูรณาการนวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทในชั้นเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของครู พบว่า ครูสามารถออกแบบการเรียนรู้บูรณาการได้หลากหลายตามสาระวิชา โดยใช้กระบวนการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพส่งเสริมการจัดประสบการณ์แก่ผู้เรียน ผ่านการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ที่ใช้เพลงเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ อย่างไรก็ตาม ครูบางรายยังยึดเนื้อหาวิชาเป็นหลัก ทำให้การเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นยังไม่ชัดเจน โดยเฉพาะในวิชาหลัก เช่น คณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ส่งผลให้ผู้เรียนได้รับทักษะหรือประสบการณ์ใหม่จากการเรียนรู้น้อย ทั้งนี้ ผู้เรียนสามารถพัฒนานวัตกรรมจากภูมิปัญญาตาลอย่างสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมแบบโครงงาน ซึ่งช่วยเสริมทักษะอาชีพและชีวิต หากมีการพัฒนากระบวนการชุมชนแห่งการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาทั้งครูและผู้เรียนอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพระมหาประยุทธ์ ปยุตฺโต และคณะ (2564) ที่ชี้ว่าการบูรณาการช่วยเชื่อมโยงความรู้กับชีวิตจริง ขณะที่ McLain (2019) เห็นว่าสื่อที่ดีควรกระตุ้นความคิด ความสนใจ และความสามารถของผู้เรียน และโยธิน พลเขต (2564) พบว่าการใช้สื่อการเรียนรู้ดนตรีพื้นบ้านช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ ทักษะ และเจตคติของผู้เรียนได้อย่างมีนัยสำคัญ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การพัฒนานวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทสู่การนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดการเรียนรู้บูรณาการในชั้นเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงกระบวนการพัฒนานวัตกรรมภูมิปัญญาเพลงสร้างสรรค์

จากแผนภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่าจากกระบวนการพัฒนานวัตกรรมภูมิปัญญาเพลงสร้างสรรค์ได้นวัตกรรมเพลงพื้นบ้านชื่อ “ปลายจวักตาลสรรคบุรี” จากการศึกษาและถอดบทเรียนภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแปรรูปตาล โดยวิเคราะห์เอกลักษณ์อาหารคาวหวานจากตาล และเลือก “เพลงฉ่อย” ซึ่งมีจังหวะสนุกสนานและคุ้นเคยมาใช้ในการนำเสนอ สร้างสรรค์เนื้อเพลงจากสาระภูมิปัญญา ออกแบบทำนองร่วมสมัยผสมดนตรีสากล จัดทำโน้ตเพลง อัดเสียงต้นฉบับ และผลิตมิวสิกวิดีโอ เพื่อใช้ในการจัดการเรียนรู้บูรณาการในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยใช้กระบวนการ ออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการท้องถิ่น (CDIE) ควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพครูผ่านการเป็นพี่เลี้ยง การโค้ช และการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ส่งผลให้สามารถออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการของครูได้อย่างเป็นรูปธรรมและเกิดผลการเรียนรู้บูรณาการในชั้นเรียนของครูและนักเรียนได้อย่างชัดเจนและยั่งยืน

สรุป

การพัฒนานวัตกรรมเพลงพื้นบ้านประยุกต์โดยใช้ภูมิปัญญาอาหารจากตาล อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทสู่การนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดการเรียนรู้บูรณาการในชั้นเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยได้ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลมาถอดบทเรียนเพื่อพัฒนานวัตกรรมเพลง โดยมีกระบวนการพัฒนานวัตกรรมภูมิปัญญาเพลงสร้างสรรค์ ดังนี้ 1) สรรสาระวิเคราะห์เอกลักษณ์ภูมิปัญญาในท้องถิ่น โดยดำเนินการหาเอกลักษณ์เด่นที่จะนำมาเรียบเรียงเป็นบทเพลง 2) สรรหาเอกลักษณ์บทเพลงในท้องถิ่น ทำการวิเคราะห์ลักษณะเพลงพื้นบ้านเพื่อบูรณาการสาระจากตาลให้เหมาะสมกับท่วงทำนอง โดยคัดเลือก “เพลงฉ่อย” ซึ่งมีจังหวะสนุกสนาน เป็นที่นิยมและคุ้นหูทั่วไป 3) สรรสร้างนวัตกรรมเพลงจากฉันทลักษณ์เพลงพื้นบ้าน โดยนำเนื้อหาตาลที่ได้คัดเลือกไว้นำมาสร้างสรรค์เนื้อเพลงในฉันลักษณ์หรือลักษณ์บทเพลงฉ่อย “เพลงปลายจวักตาลสรรคบุรี” ให้เหมาะสมต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอน 4) สรรสร้างทำนองประกอบบทเพลงพื้นบ้านประยุกต์ โดยนำเนื้อบทเพลงไปออกแบบทำนองให้เหมาะสม พร้อมประยุกต์ดนตรีสากลเพื่อความร่วมสมัย 5) สรรสร้างสื่อนวัตกรรมเทคโนโลยีประกอบบทเพลงพื้นบ้านประยุกต์ โดยนำบทเพลงและบทโน้ต

ที่สร้างสรรค์ไปอัดเสียงต้นฉบับและจัดทำวิดีโอประกอบ เพื่อใช้ในการจัดการเรียนรู้บูรณาการในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ร่วมกับภาคีเครือข่ายในการพัฒนานวัตกรรมต้นแบบ

ทั้งนี้ นวัตกรรมเพลงพื้นบ้านดังกล่าวถูกนำไปใช้ในการออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยใช้การออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการท้องถิ่นด้วยกระบวนการออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการท้องถิ่น (CDIE model) ได้แก่ การวิเคราะห์บริบทเพื่อการจัดการเรียนรู้ (Context analysis) การออกแบบและพัฒนา (Design and Development) การจัดการเรียนรู้ (Instructional management) และการประเมินผลการจัดการเรียนรู้ (Evaluation) คณะผู้วิจัยได้ปฏิบัติควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพครูผ่านการเป็นพี่เลี้ยง และการโค้ช ร่วมกับชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ และการฝึกอบรมและพัฒนาครูเสริมศักยภาพวิชาชีพ ส่งผลให้สามารถออกแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการในชั้นเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานได้อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการจัดอบรมครูในพื้นที่เพื่อเป็นต้นแบบการนำร่อง การออกแบบแผนกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้บทเพลงพื้นบ้านประยุกต์เป็นแกนกลาง การพัฒนาสื่อการสอนที่สอดคล้องกับนวัตกรรม และการสร้างเครือข่ายครูผู้โค้ชร่วมกับสถานศึกษาในการขับเคลื่อนกิจกรรมสู่ห้องเรียน จนเกิดผลการจัดการเรียนรู้บูรณาการในชั้นเรียนของครูและนักเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานได้อย่างชัดเจนและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การพัฒนาเพลง “ปลายจวักตาลสรรคบุรี” จากภูมิปัญญาการแปรรูปตาลเป็นอาหารคาวหวาน มีคุณภาพในระดับมากที่สุดตามการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ อบรมหรือสัมมนาให้ครูเข้าใจเนื้อหาเพลง และสามารถนำไปบูรณาการในวิชาพลศึกษา นาฏศิลป์และดนตรีผ่านกิจกรรมและเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การออกแบบการจัดการเรียนรู้ของครูหลังอบรมมีคุณภาพในระดับมาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ พัฒนาครูผ่านชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ โดยส่งเสริมการใช้และออกแบบการเรียนรู้ตามบทบาทของแต่ละฝ่าย

1.3 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การจัดการเรียนรู้ของครูอยู่ในระดับมาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ส่งเสริมแนวคิดสร้างสรรค์แก่ครูและนักเรียน เพื่อต่อยอดนวัตกรรมให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ผ่านเครือข่ายวิชาชีพและความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับชุมชน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลบูรณาการเสริมสร้างการเรียนรู้ผ่านบทเพลง ปลายจวักตาลสรรคบุรี เพื่อพัฒนาทักษะทางเทคโนโลยีของนักเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

2.2 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการเรียนรู้บูรณาการและการพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้จากภูมิปัญญาตาล อำเภอสรรคบุรี สำหรับนักเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ปีงบประมาณ 2567 โดยมีคณะผู้วิจัยประกอบด้วย รศ.ดร.กรัณย์พล วิวรรธมงคล, รศ.บัวผัน สุพรรณยศ, ผศ.ว่าที่ ร.ต.พัสสกรณ์ วิวรรธมงคล, นางชุลีกร ปิ่นแก้ว, นายสุรพงษ์ ปิ่นแก้ว, นางสาวอนัญญา เนตรนิยม และนายเรวัตตะ กิจจานุลักษ์

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *แนวทางการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

กรัณย์พล วิวรรธมงคล. (2564). *การพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้บูรณาการ.* มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.

กรัณย์พล วิวรรธมงคล และสุรพงษ์ ปิ่นแก้ว. (2565). การศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่น อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาทเพื่อพัฒนานวัตกรรมบทเพลงสร้างสรรค์ส่งเสริมการจัดการศึกษา. ใน มาเรียม นิลพันธุ์ (บ.ก.), *นวัตกรรมและการสร้างสรรค์ทางการศึกษา. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 18* (น. 731–747). คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จุฑารัตน์ นกแก้ว. (2564). ภูมิปัญญาท้องถิ่นตาลโตนดของไทย: การสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัย. *วารสารห้องสมุด สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ*, *65*(1), 35–56. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tla_bulletin/article/view/248598

ธีรรัตน์ ศรีช่วงโชติ. (2566). การสร้างนวัตกรรมในการอนุรักษ์และสืบทอดเพลงรำโทน มรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่นของอำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารมณีเชษฐาราม วัดจอมมณี*, *6*(6), 134–143. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMCR/article/view/3776

พระมหาประยุทธ์ ปยุตฺโต (ยาวิชัย), พระครูศรีสุธรรมนิวิฐ และวรกฤต เถื่อนช้าง. (2564). การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการในชั้นเรียน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *6*(12), 329–341. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/250029

ยงยุทธ ชูแว่น. (2551). *ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นไทยว่าด้วยความเป็นมาสถานภาพแนวคิดวิธีการศึกษาและบทบาทในสังคมปัจจุบัน*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

โยธิน พลเขต. (2564). *การสร้างสรรค์สื่อการเรียนรู้ดนตรีพื้นบ้านอีสานสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน*. สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์.

ศิริรัตน์ รักกิจ, นรีกานต์ เหมแก้ว, สกุลกานต์ มติธรรม, พิทักษ์ แพงวงษ์ และเสาวรส ยิ่งวรรณะ. (2566). การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการความรู้ข้ามศาสตร์ตามการรับรู้ของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ. ใน ทัศนีย์ ประธาน (บ.ก.), *การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14* (น. 1755–1768). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

สมบัติ สมศรีพลอย. (2564). “เพลงเกริ่น” เพลงฉ่อย: เสน่ห์เพลงพื้นบ้านภาคกลาง. The New Viridian Journal of Arts, Humanities and Social Sciences, 1(6), 44–60. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/The_New_Viridian/article/view/253060

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2557). *แนวทางการพัฒนาการศึกษาไทยกับการเตรียมความพร้อมสู่ศตวรรษที่ 21*. พริกหวานกราฟฟิค.

สุนทรชัย ชอบยศ. (2562). ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อการพัฒนารากฐานท้องถิ่นที่เข้มแข็งและยั่งยืน. *วารสารสถาบันพระปกเกล้า*, *17*(2), 115–138. https://dl.parliament.go.th/backoffice/viewer2300/web/previewer.php

Drake, S. (1993). *Planning integrated curriculum: The call to adventure*. Association for Supervision and Curriculum Development.

Eyerman, R., & Jamison, A. (2021). *Music and social movements: Mobilizing traditions in the twentieth century*. Cambridge University Press.

Fogarty, R. (2002). *How to integrate the curricula*. Skylight Professional Development.

Jacobs, H. (1989). *Interdisciplinary curriculum: Design and implementation*. Association for Supervision and Curriculum Development.

Manuel, P. (2022). *Digital ethnomusicology: Music traditions in the internet era*. Oxford University Press.

McLain, T. R. (2019). Social media treasure hunt – Practical lessons using Twitter in the English classroom. *Teaching English with Technology*, *19*(2), 88–100. https://www.researchgate.net/publication/332705961_Social_Media_Treasure_Hunt_-Practical_Lessons_Using_Twitter_In_the_English_Classroom

Nettl, B. (2019). *The study of ethnomusicology: Thirty-three discussions*. University of Illinois Press.

Small, C. (2020). *Musicking: The meanings of performing and listening*. Wesleyan University Press.

Turino, T. (2018). *Music as social life: The politics of participation*. University of Chicago Press.

UNCTAD. (2024, 23 July). *Creative economy outlook 2024*. United Nations Conference on Trade and Development. https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องของ Generation Z: บทบาทของตัวแปรคั่นกลางความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้า

FACTORS AFFECTING THE INTENTION TO CONTINUE USING THE GRAB APPLICATION AMONG GENERATION Z: THE MEDIATING ROLES OF TRUST AND CUSTOMER SATISFACTION

นันทกิตติ์ บุญรังษี, กุลธีรา ทองใหญ่*, กรวิษณ์ ทองอ่อน, กู้เกียรติ์ ศักดิ์พรม, ญาณิศา พูนทอง และสุนัฐชา บินล่าหมาน
Nantakit Bunrangsi, Kulteera Thongyai*, Korawit Thongoon, Kukiad Sakprom, Yanisa Poonthong, and Sunatcha Binlaman
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
Faculty of Business Administration, Rajamanggala University of Technology Srivijaya
*Corresponding Author E-mail: Kulteera.t@rmutsv.ac.th, เบอร์โทรศัพท์ 080-4642462
Received May 27, 2025; **Revised** November 9, 2025; **Accepted** November 13, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง และ 2) เพื่อทดสอบบทบาทของความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา กลุ่ม Generation Z จำนวน 350 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ประกอบด้วยการวิเคราะห์โมเดลการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความไว้วางใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab 2) ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab 3) ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง และ 4) ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องผ่านความพึงพอใจของลูกค้า อย่างไรก็ตามพบว่าความไว้วางใจไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องทั้งในฐานะตัวแปรคั่นกลางและตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรง โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า อันจะส่งผลต่อไปยังความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง
คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, ความไว้วางใจ, ความพึงพอใจของลูกค้า, ความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab, เจเนอเรชัน Z

Abstract

This study aimed to 1) investigate the factors affecting the intention to continue using the Grab application among generation Z and 2) to examine the mediating roles

of trust and customer satisfaction in the relationships between the marketing mix and the intention to continue using the application. The quantitative research was employed and data were collected from 350 students at Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla campus. The convenience sampling method was used and the instrument for collecting data was questionnaires. The survey questionnaires were distributed to the students by online. Structural Equation Modeling (SEM) was applied to analyze the proposed mediation model, consisting of two phases: the measurement model, assessed by Confirmatory Factor Analysis (CFA), followed by evaluation of the structural model. The research results were found as follows; 1) Marketing mix had a positive direct influence on trust to use the application. 2) Marketing mix had a positive direct influence on customer satisfaction to use the application. 3) Customer satisfaction had a positive direct influence on the intention to continue using the application. 4) The results showed that marketing mix had an indirect influence on the intention to continue using the application through the mediating roles of customer satisfaction. However, trust did not influence the intention to continue using the Grab application. Overall, the results highlight the significance of the marketing mix which has the potential to impact on customer satisfaction and intention to continue using the Grab application.

Keywords: Marketing Mix, Trust, Customer Satisfaction, Intention to Use Grab Application, Generation Z

บทนำ

ปัจจุบันรูปแบบของธุรกิจร้านอาหารมีการปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ในอดีตผู้บริโภคจะต้องเดินทางไปยังร้านอาหารด้วยตนเอง ซึ่งต้องประสบกับปัญหา เช่น การจราจร ความจำกัดของสถานที่จอดรถ เป็นต้น ในปัจจุบันผู้บริโภคจึงใช้บริการแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อสั่งอาหารเพิ่มขึ้น เพื่อความสะดวกและตอบสนองต่อวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งด้วยปัจจุบันเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมต่าง ๆ ได้ถูกพัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวตาม เช่นเดียวกับธุรกิจรับส่งร้านอาหารที่ได้นำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยปัจจุบันธุรกิจรับส่งอาหารมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้มีการพัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อใช้ในการบริการรับส่งอาหาร โดยแอปพลิเคชัน Grab เป็นหนึ่งในแอปพลิเคชันที่รวบรวมร้านอาหารต่าง ๆ และให้บริการรับส่งอาหารแก่ลูกค้า ทั้งนี้แอปพลิเคชัน Grab ยังคงพัฒนาแพลตฟอร์มและนำเสนอบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกยุค โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น (สำนักงานประชาสัมพันธ์ของแกร็บ, 2566)

สำหรับบุคคลกลุ่ม GENERATION Z จะเติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวก โดยพฤติกรรมผู้บริโภค Gen Z มีลักษณะเฉพาะที่น่าสนใจ เช่น มีความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ และเรียนรู้ได้เร็วมาก มีการเชื่อมต่อกับโลกออนไลน์อยู่ตลอดเวลา ทำให้สามารถรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่บนเว็บไซต์และสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก เป็นต้น

รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภค Gen Z แสดงถึงความนิยมในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากเติบโตมากับเทคโนโลยี (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2567) ดังนั้นหากมีการปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชัน Grab เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ายิ่งขึ้น ก็จะมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมให้มีการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด ตัวแปรความไว้วางใจในการใช้บริการ และตัวแปรความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ และการวิจัยครั้งนี้ต้องการสร้างคุณูปการโดยทำการศึกษาบทบาทของความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง โดยองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดคุณูปการในการบริหารจัดการแพลตฟอร์มที่ใกล้เคียงกับแพลตฟอร์มของแอปพลิเคชัน Grab อันจะนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้า เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง
2. เพื่อทดสอบบทบาทของความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้อยู่ภายใต้แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) (Ajzen, 1985) ที่อธิบายถึงความตั้งใจของบุคคลที่ก่อให้เกิดเป็นพฤติกรรม ซึ่งความตั้งใจเป็นแรงจูงใจของบุคคลในการคิดและการตัดสินใจที่เป็นแรงกระตุ้นในการแสดงพฤติกรรม หากระดับความตั้งใจมีมากขึ้นก็ย่อมส่งผลให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่มีความชัดเจนขึ้นจนกลายเป็นพฤติกรรมเฉพาะของบุคคล (Ajzen, 1985) ดังนั้นทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนจึงเป็นการอธิบายความตั้งใจของบุคคลที่ก่อให้เกิดเป็นการแสดงออกทางพฤติกรรม

ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (Intention to continuously use) หมายถึง การยืนยันการรับรู้ของผู้บริโภคที่ได้รับโดยเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนการใช้บริการกับหลังการใช้บริการว่าตรงตามความคาดหวังหรือสูงกว่าความคาดหวัง หากสมหวังก็จะมีความเป็นไปได้สูงที่จะใช้บริการต่อในอนาคต (Oliver, 1980)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันในการวางกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ระบุถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า อาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตน ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้าและบริการ ซึ่งต้องสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค 2) ด้านราคา (Price) ระบุถึง คุณค่าหรือมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ระบุถึง โครงสร้างของช่องทางที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการส่งไปยังตลาด โดยต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และ

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ระบุถึง การสื่อสารกันระหว่างธุรกิจและผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นการขายผ่านช่องทางและกลยุทธ์ต่าง ๆ โดยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญ เนื่องจากเป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ โดยงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันออนไลน์เพื่อการเดินทาง เช่น การใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab หรือ Uber เป็นต้น (Hidayat, 2021) สอดคล้องกับงานของอดิลักษณ์ พุ่มอิ่ม และเพ็ญศิรินทร์ สุขสมกิจ (2564) ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชัน และพบว่า ความคุ้มค่าของราคาในการใช้บริการจากแอปพลิเคชันออนไลน์จะมีผลเชิงบวกต่อการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน (Pitchay et al., 2022)

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องโดยผ่านความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ (Trust) หมายถึง ความเชื่อ หรือความคาดหวังที่เชื่อถือได้ หรือเป็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมหรือความเต็มใจที่จะพึ่งพาซึ่งกันและกัน (Mayer et al., 1995) ความไว้วางใจจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมซึ่งเกี่ยวข้องกับความไม่แน่นอน และการพึ่งพาซึ่งกันและกัน ความไว้วางใจสามารถเป็นกลไกที่ลดความซับซ้อนของพฤติกรรมมนุษย์ในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนได้ โดยพบว่าส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยระบบออนไลน์ (รัตนไชย สิงห์ตระหง่าน และสุมาลี รามนัฏ, 2566) โดยการส่งเสริมการตลาดจะส่งผลในเชิงบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้า (Nangin et al., 2020) และพบว่าความไว้วางใจจะมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการของลูกค้าธนาคาร (Kaur & Arora, 2020)

ดังนั้นหากมีการพัฒนาให้ส่วนประสมการตลาดมีความเหมาะสมและตรงตามความต้องการของลูกค้ายิ่งขึ้นก็จะทำให้ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab เกิดความไว้วางใจเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานในการวิจัยที่ 1-4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง

สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความไว้วางใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab

สมมติฐานที่ 3 ความไว้วางใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง

สมมติฐานที่ 4 ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องผ่านความไว้วางใจ

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องโดยผ่านความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร โดยเป็นดัชนีสำคัญในการวัดคุณภาพของสินค้าและบริการขององค์กร (Fornell et al., 1996) ทั้งนี้ ความพึงพอใจของมนุษย์มาจากความต้องการ 5 ขั้น เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการที่ตนคาดหวังตามทฤษฎีของมาสโลว์ (Kotler & Keller, 2016) งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้

บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ (Prasetyo et al., 2021) และคุณภาพของอาหารและคุณภาพของการบริการมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการสั่งอาหารเดลิเวอรี่ (Rombach et al., 2023) และพบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab (Maryanto & Kaihatu, 2021) และความพึงพอใจของลูกค้าจะมีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า (Dhingra et al., 2020) และพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารเดลิเวอรี่ของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง (ทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ์ และคณะ 2567)

ดังนั้นหากมีการพัฒนาให้ส่วนประสมการตลาดมีความเหมาะสมและตรงตามความต้องการของลูกค้ายิ่งขึ้นก็จะทำให้ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานในการวิจัยที่ 5-7 ดังนี้

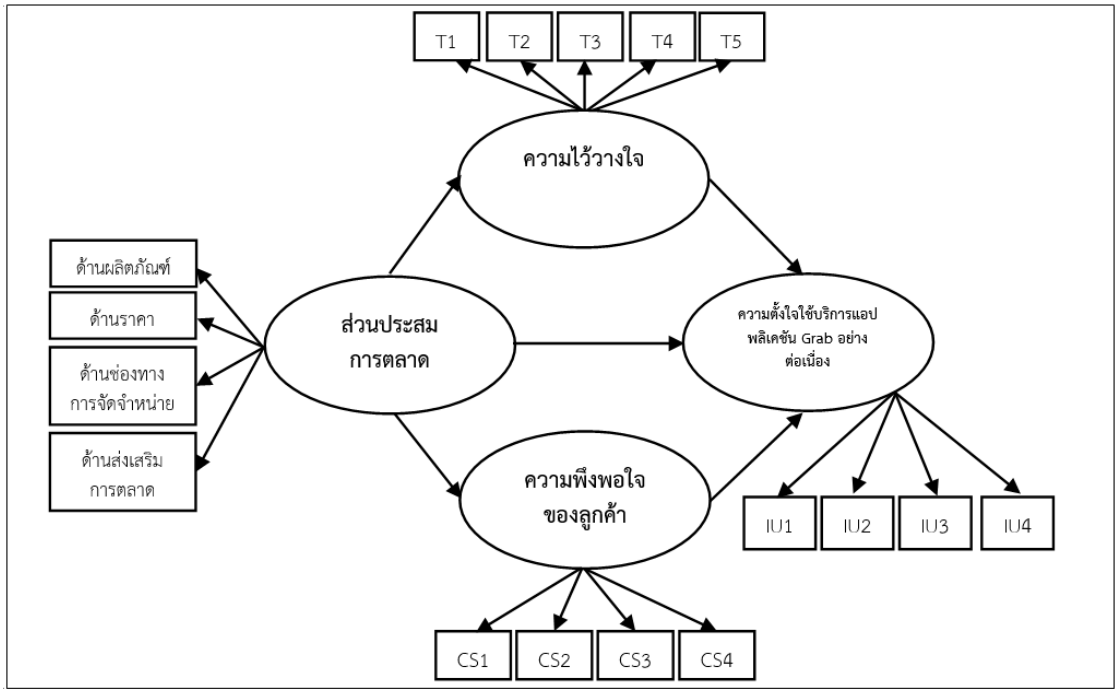
สมมติฐานที่ 5 ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab

สมมติฐานที่ 6 ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง

สมมติฐานที่ 7 ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องผ่านความพึงพอใจของลูกค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณประกอบด้วยตัวแปรแฝง 4 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตได้ 17 ตัวแปร



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ จังหวัดสงขลา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา กลุ่ม Generation Z ซึ่งเกิดในปี พ.ศ.2540-2555 จำนวน 350 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ ดังนี้ 1) เกณฑ์ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ ซึ่งทั่วไปขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างไม่ควรต่ำกว่า 200 ตัวอย่าง (อิศรัฏฐ์ รินไธสง, 2564) และ Hair et al. (1998) สนับสนุนให้ใช้ตัวอย่างเริ่มต้นที่ 200 ตัวอย่าง 2) เกณฑ์อัตราส่วนของตัวแปรสังเกตได้ต่อขนาดตัวอย่าง โดย Loehlin (1992) ได้เสนอกฎทั่วไประบุว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่ควรน้อยกว่า 8 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ โดยจากกรอบแนวคิดการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรแฝง 4 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตได้ 17 ตัวแปร มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 350 ตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำและเกณฑ์อัตราส่วนของตัวแปรสังเกตได้ต่อขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ Loehlin (1992) โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์โดยประมาณ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้

การเก็บข้อมูล (Data Collection) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยใช้ Google Form เพื่อสร้างแบบสอบถามออนไลน์ โดยเป็นการเก็บข้อมูลในส่วนของการใช้บริการ Grab food และใช้เวลาในการเก็บข้อมูล 2 สัปดาห์ ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2567

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instrument) แบบสอบถามใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert Scales) 5 ระดับ โดยวัดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด ตัวแปรความไว้วางใจ ตัวแปรความพึงพอใจของลูกค้าและตัวแปรความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง โดยสร้างแบบสอบถามจากการปรับปรุงและพัฒนาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาปรับให้เข้ากับบริบทในการศึกษาครั้งนี้ โดยตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณา คือ ควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงยอมรับว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น ทั้งนี้ ทั้ง 4 ตัวแปรมีค่าเกิน 0.7 แสดงว่า เครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้นมีความคงที่ในการวัด โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด เท่ากับ 0.893 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของตัวแปรความไว้วางใจ เท่ากับ 0.869 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของตัวแปรความพึงพอใจของลูกค้า เท่ากับ 0.887 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของตัวแปรความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง เท่ากับ 0.882

การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ 1) การวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และ 2) การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง (Structural Model) โดยการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีประมาณค่าความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood: ML) (อิศรัฏฐ์ รินไธสง, 2564)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง คือ ส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของลูกค้า

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง โดยอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 350 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.43 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.57 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.29 รองลงมามีอายุ 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.29 มีอายุ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.14 ตามลำดับ ส่วนใหญ่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 42.29 ส่วนใหญ่ศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 66.86 รองลงมา คือ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 13.71 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 9.71 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.57 รองลงมา คือ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.29 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab สัปดาห์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.71 รองลงมา คือ สัปดาห์ละ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.57 สัปดาห์ละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.86 ตามลำดับ และเคยใช้งานแอปพลิเคชันอื่น ๆ นอกจากแอปพลิเคชัน Grab เช่น Lineman คิดเป็นร้อยละ 53.14 รองลงมา คือ Food Panda คิดเป็นร้อยละ 44.00 และ Shopee food คิดเป็นร้อยละ 29.71 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์โมเดลการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA)

ตารางที่ 1 แสดงค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix)

ตัวแปร	Mean	SD	MM	T	CS	IU
1. ส่วนประสมทางการตลาด (MM)	3.858	0.677	(0.893)			
2. ความไว้วางใจ (T)	3.750	0.745	0.784**	(0.869)		
3. ความพึงพอใจของลูกค้า (CS)	3.796	0.770	0.831**	0.763**	(0.887)	
4. ความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab food อย่างต่อเนื่อง (IU)	3.800	0.784	0.786**	0.730**	0.835**	(0.882)

*** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α)

1) การประเมินโมเดลรวม: เป็นการประเมินความกลมกลืนโดยรวมของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีวัดความกลมกลืนแบบสมบูรณ์ เป็นการวัดความกลมกลืนระหว่างทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในตารางที่ 2 โดยมีค่าสถิติไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-Square Ratio: χ^2/df) เท่ากับ 2.937 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือ ควรน้อยกว่า 3 (Hair et al., 2019) มีค่าดัชนีรากที่สองของส่วนเหลือกำลังสองเฉลี่ยมาตรฐาน (Standard Root Mean Squared Residual: SRMR) เท่ากับ 0.051 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2019) มีค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square of Error Approximation: RMSEA) เท่ากับ 0.074 ซึ่งยังอยู่ในเกณฑ์ทั่วไปที่ยอมรับได้ (อิศรัฏฐ์ รินไธสง, 2564) และพิจารณาจากดัชนีวัดความกลมกลืนเพิ่มขึ้น เป็นการวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (Comparative fit

index: CFI) เท่ากับ 0.953, มีค่าดัชนีความกลมกลืน Tucker Lewis Index (TLI) เท่ากับ 0.942 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2019) ดังนั้นแสดงว่าโมเดลการวัดมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติวัดความกลมกลืนของโมเดลการวัด (CFA)

Model	χ^2	df	P-Value	χ^2/df	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
CFA	323.089	110	0.000	2.937	0.074	0.953	0.942	0.040

2) ตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ (Factor Loading): พบว่าค่าน้ำหนักของทุกตัวบ่งชี้มีนัยสำคัญทางสถิติและมีค่ามากกว่า 0.5 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2019) แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้เป็นตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงนั้น ดังแสดงในตารางที่ 3

3) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้อง (Convergence Validity): พิจารณาจากความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) และความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted: AVE) ทั้งนี้ จากตารางที่ 3 จะเห็นว่าตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่า CR มากกว่า 0.7 และมีค่า AVEมากกว่า 0.5 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2019) แสดงว่าตัวแปรแฝงทุกตัวมีความเชื่อมั่นเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่า CR และค่า (AVE)

ตัวแปร	Factor Loading
ส่วนประสมทางการตลาด(MM) : CR = 0.893 ; AVE = 0.676	
ด้านผลิตภัณฑ์ (MP)	**0.777*** **
MP1 Grab Food มีการบริการภายในแอพที่มีคุณภาพและทันสมัย	
MP2 มีความหลากหลายของอาหาร และ ร้านค้าที่ร่วมใน Grab Food	
MP3 จำนวนร้านค้าที่ให้บริการผ่าน Grab Food เพียงพอต่อการสั่งซื้อ	
MP4 การใช้ Grab food มีความเสถียร ใช้งานง่าย	
ด้านราคา (MPI)	**0.868*** **
MPI1 ราคาค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพและการบริการ	
MPI2 ค่าบริการมีให้เลือกตามระยะทางที่เหมาะสม	
MPI3 มีหลายช่องทางในการชำระเงินเพื่อความสะดวก	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (MPL)	**0.833*** **
MPL1 ภายในพื้นที่ให้บริการใน Grab food สะดวกและง่ายต่อการใช้งาน	
MPL2 ภายใน Grab food มีความสะดวกในการเลือกใช้บริการ	
MPL3 การให้บริการ Grab food มีช่วงเวลาที่เหมาะสม	
ด้านส่งเสริมการตลาด (MPR)	**0.807*** **
MPR1 การประชาสัมพันธ์ของ Grab food มีการแจ้งโปรโมชัน ให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ	
MPR2 Grab food มีโปรโมชั่นลดค่าบริการ หรือส่งสินค้าฟรีตามโอกาส	
MPR3 Grab food มีส่วนลดให้กับลูกค้าสม่ำเสมอ	
ความไว้วางใจ (T): CR = 0.845; AVE = 0.523	
T1 ท่านมีความมั่นใจต่อการให้บริการ Grab food	0.653***
T2 ท่านให้ความเชื่อใจต่อราคาสินค้าในบริการ Grab food	0.737***
T3 ท่านให้ความเชื่อใจต่อคุณภาพของสินค้าและบริการใน Grab food	0.727***
T4 ท่านมีความเชื่อมั่นว่า grab food จะคัดเลือกร้านอาหารใหม่ ๆ และดีมีคุณภาพเข้ามาอย่างสม่ำเสมอ	0.725***

ตัวแปร	Factor Loading
T5 ท่านมั่นใจในการบริการของ Grab food ทุกครั้งที่ใช้บริการ	0.769***
ความพึงพอใจของลูกค้า (CS): CR = 0.888; AVE = 0.665	
CS1 ท่านรู้สึกคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับเวลาหรือเงินเมื่อมาใช้บริการ Grab food	0.797***
CS2 ท่านมีความพึงพอใจเมื่อเทียบกับการใช้บริการ แอปพลิเคชันเดลิเวอรี่อื่นๆ	0.816***
CS3 ท่านมีความพึงพอใจกับการใช้บริการ Grab food เมื่อเทียบกับความคาดหวัง	0.847***
CS4 ท่านรู้สึกดีที่ได้ใช้บริการ Grab food	0.801***
ความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab food อย่างต่อเนื่อง (IU): CR = 0.873 ; AVE = 0.632	
IU1 หากท่านต้องการทานอาหารท่านจะเลือกใช้บริการ Grab food	0.820***
IU2 ในอนาคตท่านต้องการใช้บริการ Grab food มากกว่าที่จะหยุดใช้บริการ	0.778***
IU3 ในอนาคตท่านจะเลือกใช้บริการ Grab Food ต่อไปมากกว่าแอปพลิเคชัน อื่นๆ	0.800***
IU4 ในอนาคตท่านจะใช้บริการ Grab food ต่อไปเรื่อย ๆ	0.781***

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง เพื่ออธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝง

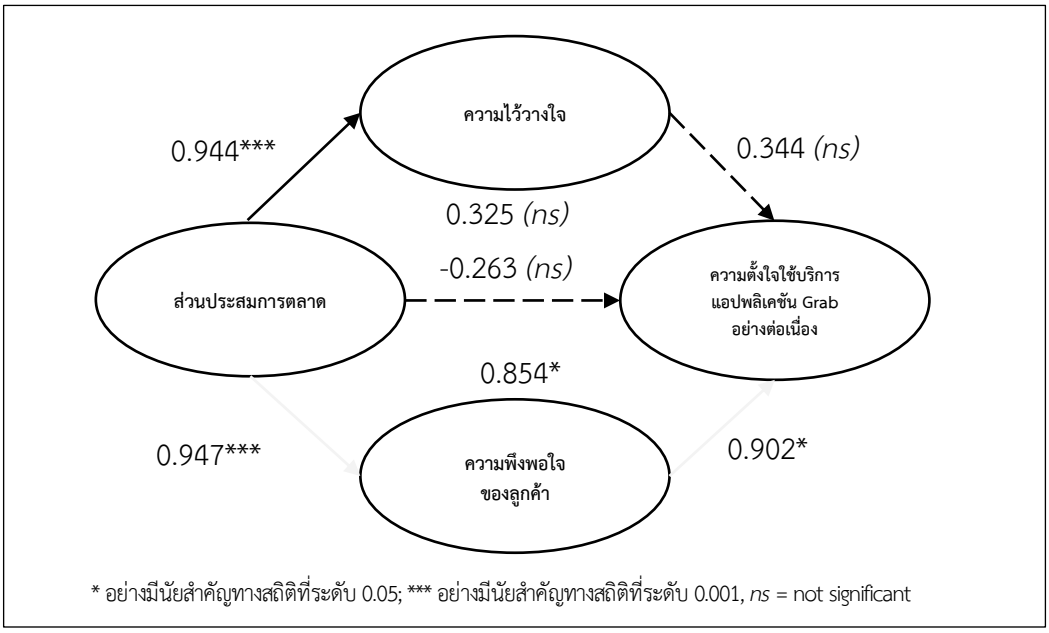
1) การประเมินโมเดลรวม: ค่าสถิติวัดความกลมกลืน มีดังนี้ χ^2=326.677, df=111, และ χ^2/df=2.943 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือ ควรน้อยกว่า 3 และมีค่า CFI=0.953 ค่า TLI=0.942 ค่า SRMR=0.040 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2019) มีค่า RMSEA=0.075 ซึ่งยังอยู่ในเกณฑ์ทั่วไปที่ยอมรับได้ (อิศรัฏฐ์ รินไธสง, 2564) ดังนั้นแสดงว่า โมเดลโครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2) การอธิบายอิทธิพลทางตรง: จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความไว้วางใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β=0.944, p<0.001) ตรงตามสมมติฐานการวิจัยที่ 2 และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab (β=0.947, p<0.001) ตรงตามสมมติฐานการวิจัยที่ 5 และพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง (β=0.902, p<0.05) ตรงตามสมมติฐานการวิจัยที่ 6

3) การอธิบายอิทธิพลทางอ้อม: จากตารางที่ 4 ซึ่งแสดงผลทดสอบบทบาทของความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β=0.854, p<0.05) ตรงตามสมมติฐานการวิจัยที่ 7 ทั้งนี้ อธิบายได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดจะส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง โดยผ่านความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นหากมีการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จะทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab สูงขึ้น และส่งผลต่อไปยังความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องตามมา อย่างไรก็ตามผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าความไว้วางใจไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4 แสดงค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) และค่าอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)

เส้นความสัมพันธ์	β	Z	P-value	95% CLs	
				Lower	Upper
1. ส่วนประสมการตลาด → ความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง	-0.263	-0.236	0.814	-2.380	0.537
2. ส่วนประสมการตลาด → ความไว้วางใจ	0.944***	29.080	0.000	0.859	0.986
3. ส่วนประสมการตลาด → ความพึงพอใจของลูกค้า	0.947***	51.882	0.000	0.907	0.979
4. ความไว้วางใจ → ความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง	0.344	0.344	0.731	-0.199	2.009
5. ความพึงพอใจของลูกค้า → ความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง	0.902*	2.166	0.030	0.459	1.731
6. ส่วนประสมทางการตลาด→ ความไว้วางใจ → ความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง	0.325	0.327	0.744	-0.180	1.967
7. ส่วนประสมทางการตลาด→ ความพึงพอใจของลูกค้า → ความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง	0.854*	2.064	0.039	0.431	1.682



แผนภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่หนึ่งเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง พบว่าส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องผ่านความพึงพอใจของลูกค้า โดยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab เนื่องจากส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมและมีพัฒนาให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ สอดคล้องกับงานของ Hidayat (2021) ที่พบว่า ส่วนประสมทาง

การตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันออนไลน์เพื่อการเดินทาง (Hidayat, 2021) และพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ์ และคณะ (2567) เนื่องจากหากลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab ก็จะส่งผลให้ลูกค้ามีความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับงานวิจัยของ Maryanto and Kaihatu (2021) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab (Maryanto & Kaihatu, 2021) อันนำสู่การใช้บริการซ้ำ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่สอง เพื่อทดสอบบทบาทของความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีบทบาทการเป็นตัวแปรคั่นกลางแสดงให้เห็นว่า หากมีการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นก็จะทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มสูงขึ้น และส่งผลต่อไปยังความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความไว้วางใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab ให้กับลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตนไชย สิงห์ตระหง่าน และสุมาลี รามนัฏ (2566) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นด้วยระบบออนไลน์

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าความไว้วางใจไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ อาจเป็นไปได้ว่าสำหรับผู้บริโภค Generation Z ในตลาดที่แบรนด์เป็นที่รู้จักดีแล้ว "ความไว้วางใจ" อาจกลายเป็นปัจจัยพื้นฐาน (Hygiene Factor) ที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะต้องมีอยู่แล้ว จึงไม่ได้เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ "ต่อเนื่อง" อีกต่อไป ในทางกลับกัน "ความพึงพอใจ" ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับโปรโมชัน (ราคา) และความหลากหลายของร้านค้า (ผลิตภัณฑ์) ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจกลายเป็นปัจจัยกระตุ้น (Motivator Factor) ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ณ เวลาที่ใช้บริการมากกว่า

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้สร้างคุณูปการ โดยองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยจะเป็นแนวทางในการอธิบายว่าหากมีการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้นจะสามารถส่งเสริมและรักษาให้ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab มีความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องได้อย่างไร กล่าวคือ ส่วนประสมการตลาดจะมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการและส่งผลต่อไปยังความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องตามมา อันจะทำให้แพลตฟอร์มของแอปพลิเคชัน Grab สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าในบริบทของตลาด Food Delivery ที่มีการแข่งขันสูงสำหรับกลุ่ม Generation Z กลไกที่ขับเคลื่อนความตั้งใจใช้บริการต่อเนื่องนั้นเกิดจากความพึงพอใจของลูกค้ามากกว่าความไว้วางใจในตัวแบรนด์ (โดยความพอใจของลูกค้าเกิดจากส่วนประสมทางการตลาด) ซึ่งทำให้เกิดมุมมองที่แตกต่างออกไปและเป็นประโยชน์สำหรับ

นักการตลาดที่ต้องจัดสรรงบประมาณระหว่างการสร้างแบรนด์ (Trust) และการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอันเกิดได้จากส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม



แผนภาพที่ 3 แสดงองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

สรุป

สรุปในภาพรวมของบทความ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา ที่เป็นกลุ่มบุคคลใน Generation Z โดยควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องตามมา นำมาสู่ผลลัพธ์ในการคงอยู่ของธุรกิจออนไลน์อย่างยั่งยืน ดังนั้นผู้ประกอบการแพลตฟอร์มควรให้น้ำหนักกับการพัฒนากลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการรักษาฐานลูกค้า Generation Z ในระยะยาว

อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัด คือ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตสงขลา เพียงแห่งเดียว พฤติกรรมและกำลังซื้อของนักศึกษาอาจไม่สามารถเป็นตัวแทนของ Generation Z ทั้งหมดได้ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งอาจไม่สะท้อนตัวแทนประชากรทั้งหมด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่องของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ องค์กรที่คิดค้นแอปพลิเคชัน Grab จะเกิดการรับรู้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม 2) ผลการศึกษาครั้งนี้ก่อให้เกิดคุณูปการในการบริหารจัดการแพลตฟอร์มที่ใกล้เคียงกับแพลตฟอร์มของแอปพลิเคชัน Grab Food เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริการมากขึ้น อันจะนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธุรกิจนี้สามารถดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง อื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น พฤติกรรมของผู้บริโภค อิทธิพลทางสังคม ความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นต้น หรือเพิ่มตัวแปรเจตคติ (Attitude) และตัวแปรบรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย (Subjective Norm) 2) การวิจัยครั้งนี้ศึกษาบทบาทของความไว้วางใจของผู้ใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้า

ซึ่งเป็นเพียงกลไกหนึ่งเท่านั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจพิจารณาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีบทบาทต่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Grab อย่างต่อเนื่อง 3) การวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาถึงแอปพลิเคชัน Food Delivery ของบริษัทอื่น ๆ ที่ดำเนินธุรกิจแบบเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เพื่อสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงและพัฒนาให้แอปพลิเคชันดังกล่าวดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน 4) การวิจัยครั้งต่อไปควรใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรทั้งหมด และ 5) การวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษากลุ่มตัวอย่างในภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

ทรงศักดิ์ วิจัยธรรมฤทธิ์, ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา, ศศิธร ง้วนพันธ์ และวรางคณา ตันสกุล. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารเดลิเวอรี่ของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งเขตหนองจอก. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น*. *6*(1), 67-76. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/prn/article/view/270456/183151

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2567, 25 ธันวาคม). *Gen Z คือใคร พร้อมเจาะลึกพฤติกรรมผู้บริโภค Gen Z*. https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/6-techneques-to-approach-gen-z

รัตนไชย สิงห์ตระหง่าน และสุมาลี รามนัฏ. (2566). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด ความไว้วางใจ และความพึงพอใจต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นด้วยระบบออนไลน์. *วารสารเกษมบัณฑิต*. *24*(1), 33-46. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jkbu/article/view/250077/ 179377

สำนักงานประชาสัมพันธ์ของแกร็บ. (2566, 3 ตุลาคม). *แกร็บ รุกพัฒนานวัตกรรม ชูไฮไลท์ “4S” ตอบโจทย์ผู้ใช้บริการ 4 มิติ มุ่งยกระดับแพลตฟอร์มสู่ผู้ให้บริการความอร่อยครบวงจร*. https://www.grab.com/th/press/others/

อดิลักษณ์ พุ่มอิ่ม และเพ็ญศิรินทร์ สุขสมกิจ. (2564). ส่วนผสมทางการตลาด คุณภาพบริการ และทัศนคติของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ. *วารสารวิทยาลัยโลจิสติกสและซัพพลายเชน*. *7*(1), 49-64. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/Logis_j/article/view/248176/169474

อิศรัฏฐ์ รินไธสง. (2564). *การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างสำหรับการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. บริษัท นีโอพ้อยท์ (1995) จำกัด.

Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. In *Action control* (pp. 11-39). Springer.

Dhingra, S., Gupta, S., & Bhatt, R. (2020). A study of relationship among service quality of E-Commerce websites, customer satisfaction, and purchase intention. *International Journal of E-Business Research*, *16*(3), 42–59. https://doi.org/10.4018/IJEBR.202007010

Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. *Journal of marketing*, *60*(4), 7-18. https://ecommons.cornell.edu/server/api/core/bitstreams/f7f15166-3d03-4aa0-a863-6cf0d73365b1/content

Hair, F., JR., J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multilvariate Data Analysis.* Prentice Hall.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis: Pearson new international* (8th ed.). Cengage Learning EMEA.

Hidayat, C. W. (2021). The Influence of Mix Marketing on Decisions for Use of Online Transportation Towards Global Competition. *International Journal of Science*, Technology & Management, *2*(4), 1154-1163. https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i4.253

Kaur, S., & Arora, S. (2020). Role of perceived risk in online banking and its impact on behavioral intention: trust as a moderator. *Journal of Asia Business Studies*, *15*(1), 1-30. https://doi.org/10.1108/JABS-08-2019-0252

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Analyzing consumer market* (15th ed.). pearson education.

Loehlin, J. C. (1992). *Latent Variable Models: An Introduction to Factor. Path, and Structural Analysis*. Lawrence Erlbaum Ass. Publishers.

Maryanto, R. H., & Kaihatu, T. S. (2021). Customer loyalty as an impact of perceived usefulness to grab users, mediated by customer satisfaction and moderated by perceived ease of use. *Binus Business Review*, *12*(1), 31-39. https://doi.org/10.21512/bbr.v12i1.6293

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of management review*, *20*(3), 709-734. https:// doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335

Nangin, M. A., Barus, I. R. G., & Wahyoedi, S. (2020). The effects of perceived ease of use, security, and promotion on trust and its implications on fintech adoption. *Journal of Consumer Sciences*, *5*(2), 124-138. https://doi.org/10.29244/jcs.5.2.124-138

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of marketing research*, *17*(4), 460-469. https://eli.johogo.com/Class/p19.pdf

Pitchay, A. A., Ganesan, Y., Zulkifli, N. S., & Khaliq, A. (2022). Determinants of customers' intention to use online food delivery application through smartphone in Malaysia. *British Food Journal*, *124*(3), 732-753. https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2021-0075

Prasetyo, Y. T., Tanto, H., Mariyanto, M., Hanjaya, C., Young, M. N., Persada, S. F., ... & Redi, A. A. N. P. (2021). Factors affecting customer satisfaction and loyalty in online food delivery service during the COVID-19 pandemic: Its relation with open innovation. *Journal of open innovation: technology, market, and complexity*, *7*(1), 76. https://doi.org/10.3390/joitmc7010076

Rombach, M., Kartikasari, A., Dean, D. L., Suhartanto, D., & Chen, B. T. (2023). Determinants of customer loyalty to online food service delivery: evidence from Indonesia, Taiwan, and New Zealand. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, *32*(6), 818-842. https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2211061

THE EFFECTS OF AN INSTRUCTIONAL MODEL USING CONSTRUCTIVIST THEORY AND A TASK-BASED LEARNING APPROACH TO ENHANCE THE CHINESE TEACHING COMPETENCY OF NORMAL UNIVERSITY STUDENTS IN CHINA

Qiongyan Gao*, Chatchai Muangpatom and Julamas Jansrisukot
Faculty of Education, Udon Thani Rajabhat University
*Corresponding Author: E-mail: qiongyangao3@gmail.com
Received July 23, 2025; **Revised** November 15, 2025; **Accepted** November 19, 2025

Abstract

The purposes of this study were: 1) to compare students' Chinese teaching competency after the experiment between the experimental group and the control group; 2) to compare students' Chinese teaching competency before and after the experiment within the experimental and control groups; and 3) to study the students' satisfaction after implementing the instructional model using constructivist theory and task-based learning approach in the experimental group. The sample consisted of 80 undergraduate students majoring in Elementary Education at Sichuan Minzu College of Higher Education, China. Two intact classes were selected using cluster random sampling. One class (n = 40) was assigned as the experimental group, which received instruction through the instructional model, while the other class (n = 40) served as the control group and was taught using traditional methods. The experiment lasted 48 instructional periods (3 periods per week, 40 minutes each). The research instruments included six lesson plans based on the instructional model, six traditional lesson plans, a validated Chinese teaching competency assessment, and a student satisfaction questionnaire. The findings were as follows:

1) The average post-test score of the experimental group was 85.109, significantly higher than the control group's score of 79.134, with a t-value of 3.516 and a p-value < .001. The effect size 0.860 indicated a large practical impact of the CTBL instructional model on students' teaching competency.

2) The experimental group showed an average improvement from the pre-test score of 48.277 to the post-test score of 85.109, which is statistically significant, with a t-value of 16.885 and a p-value < .001. The effect sizes ranged from 0.76 to 1.40, with the most noticeable improvements in teaching design ability (d = 1.40) and teaching implementation ability (d = 0.92).

3) Student satisfaction with the instructional model was at a very high level.

Keywords: Constructivist Theory, Task-Based Learning, Instructional Model, Chinese Teaching Competency

Introduction

Preservice teachers in China play a vital role in improving the quality of basic education. Following the national teacher development policy, the Chinese government emphasizes programs that strengthen both theoretical knowledge and practical teaching competency (Yang, García-Holgado & Martínez-Abad, 2023). However, the current curriculum remains unbalanced, focusing primarily on theory rather than classroom application, which reduces teachers' confidence in connecting theory with practice. Li, Shi, and Xue (2020) noted that preservice and rural teachers often lack sufficient opportunities for pedagogical practice and professional support, creating a gap between training and school demands. Consequently, Chinese language teaching becomes increasingly challenging, as it requires not only linguistic proficiency but also cultural and pedagogical competence (Yang, Martínez-Abad, & García-Holgado, 2022).

Studies indicate that teacher training in China continues to face structural and pedagogical challenges. Wang, Nokkala, and Moate (2024) found that, compared with Finland, China's teacher education system places greater emphasis on academic theory than on developing core teaching competencies. Zhao et al. (2022, cited in Yang et al., 2023) also reported that many preservice teachers struggle to integrate digital technology into classroom instruction, particularly in Chinese language teaching. This limitation reduces opportunities for interactive and contextualized learning while reinforcing outdated methods. As Yang, García-Holgado, and Martínez-Abad (2023) emphasized, developing digital competence must accompany pedagogical training to prepare preservice teachers for 21st-century classrooms.

The aforementioned issues highlight the urgent need for an instructional model that fosters teaching competency aligned with national educational demands. Prior studies indicate that integrating Constructivist Theory with the Task-Based Learning (TBL) approach enhances active participation, critical thinking, and the application of knowledge in authentic contexts, proving particularly effective in language instruction (Suhendi & Purwarno, 2018; Bryfonski, 2021; Liu, Mishan & Chambers, 2018).

To address the issues mentioned above, this study aims to develop an instructional model based on constructivist theory and task-based learning to enhance the Chinese teaching competency of preservice teachers in Normal University. Specifically, the model focuses on strengthening four key abilities lesson planning,

instructional delivery, assessment, and reflective practice to align with curriculum standards and the needs of contemporary classrooms.

Research objectives

1. To compare students' Chinese teaching competency after the experiment between the experimental group and the control group.

2. To compare students' Chinese teaching competency before and after the experiment within the experimental and control groups.

3. To study the students' satisfaction after implementing the instructional model using constructivist theory and task-based learning approach in the experimental group.

Literature review

Constructivist theory

Piaget (1973) and Vygotsky (1978) argued that learners construct knowledge through prior experiences and social interaction. In language learning, this theory highlights authentic language use and collaborative activities (Williams & Burden, 1997). Teachers act as facilitators, guiding students to build knowledge, think critically, and regulate their learning. Wu et al. (2023) noted that constructivist learning fosters reflective and self-directed learning, both vital for professional growth. Li et al. (2020) found that constructivism enhances Chinese teaching competency, particularly in lesson planning, classroom management and learner-centered instruction. Thus, constructivist principles provide the foundation for designing teaching models that promote autonomy, contextualized practice, and reflective pedagogy in Chinese teacher education.

Task-Based Approach

Task-based learning is a learning approach regarding a learner-centered approach that incorporate rea-world tasks as the main of learning process. Ogilvie and Dunn (2013) state that this approach has three main phases including pre-task phase, where teachers introduce the task and prepare learners with relevant background; during-task phase, where students work alone and with peers to complete the assigned task; and post-task phase, which emphasizes on reflection and extension of knowledge. Obviously, this approach can use to enhance thinking, communication, and application skills of students. Liu, Mishan, and Chambers (2018) found that Chinese EFL teachers perceived task-based instruction as an effective approach to strengthen classroom interaction and learner engagement, though they needed more methodological support during training. Similarly, Bryfonski (2021) confirmed that task-based training helps novice teachers move

from theory to practice by integrating reflection into classroom tasks, which is essential in teacher education.

Chinese teaching competency

Chinese teaching competency refers to integrated professional abilities essential for achieving instructional goals in Chinese language education. It includes four core elements: lesson planning, instructional use, learning assessment, and reflective teaching. Teaching Chinese involves both language and cultural understanding, aligning with the national curriculum and learners' needs. Wang, Nokkala, and Moate (2024) noted that China's teacher education emphasizes ethics, classroom management, and assessment within a culturally rooted, competency-based model. Likewise, Ye et al. (2021) identified key skills such as goal setting and motivation, while Echiverri and Lane (2019) found that task-based and constructivist approaches enhance teacher satisfaction and learning outcomes. Together, these studies highlight the need for integrating pedagogical expertise with cultural awareness in a structured competency framework.

Conceptual framework

The conceptual framework of this study is grounded in constructivist theory and the task-based learning approach. These approaches guided the development of a five-step instructional model: learning, practicing, evaluating, reflecting, and re-practicing. This model serves as the independent variable to enhance the Chinese teaching competency of preservice teachers in Normal University. It consists of four main components planning, implementing, assessing, and reflecting as shown in Figure 1.

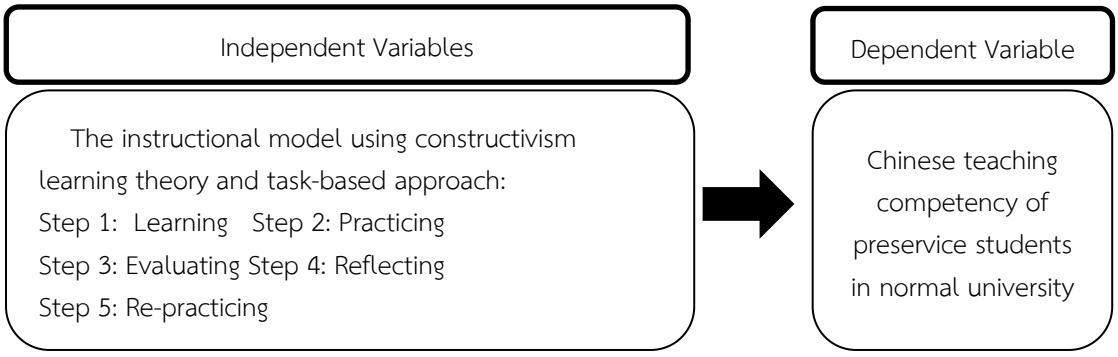


Figure 1 Conceptual framework

Research methodology

Population: The population in this study comprised 123 third-year students majoring in Early Childhood Education at Sichuan Minzu University, who were enrolled in the second semester of the 2024 academic year.

Samples: The sample size, calculated using G*Power 3.1 (effect size = 0.85, α = 0.05, power = 0.95), required at least 74 participants. Cluster random sampling selected three classrooms (n = 40 each). Classroom 1 served as the control group (traditional method), Classroom 2 as the experimental group (CTBL approach), and Classroom 3 for pilot testing. The pilot group shared similar characteristics (age, gender, GPA, major) with the main sample, confirming its suitability.

Instruments: The research instruments included lesson plans, a teaching competency assessment tool, and a satisfaction questionnaire, all validated by five experts for appropriateness and reliability. The lesson plans, based on Constructivist Theory and Task-Based Learning, had a content validity score of 4.47, while the assessment tool scored 4.43 (S.D. = 0.60) with a reliability coefficient of 0.910, indicating strong consistency. The satisfaction questionnaire also showed high validity, with IOC values ranging from 0.80 to 1.00, confirming its suitability for data collection.

Data Collection: Data collection occurred in two phases. During the pre-test, both groups were assessed on four components of Chinese teaching competency lesson planning, instructional implementation, evaluation, and reflection to establish baseline data. In the post-test, the same assessment was repeated, and the experimental group additionally completed a validated satisfaction questionnaire on the CTBL instructional model.

Data Analysis: Data were entered in Excel and analyzed using SPSS version 21. Independent and Paired Samples t-tests were applied to compare Chinese teaching competency between and within groups at a significance level of $p < .05$. For the experimental group's satisfaction, descriptive statistics (mean and standard deviation) were used to summarize each component and the overall score.

Ethical Approval Statement

This study received ethical approval from the Ethical Committee for Research in Human of Udon Thani Rajabhat University, Thailand (Protocol No. 0622.7/353; Reference No. HECUD.174/2024).

Results

Comparison of Chinese teaching competency between the experimental group and the control group after the implementation of the instructional model

After implementing six CTBL-based instructional plans over 12 weeks, data were collected from 80 students, divided equally into an experimental group (n = 40) and a control group (n = 40). Teaching competency was assessed before and after the intervention. Prior to statistical analysis, the Shapiro–Wilk test (n < 50) was applied using SPSS, showing all p-values > .05, indicating normal data distribution. Therefore, an Independent Samples t-test was conducted, and the results are presented in Table 1.

Table 1 Comparison of Teaching Competency Test Scores Between the Experimental and Control Groups Before and After the Experiment

Topics	Prescriptive Statistics	Between-Subject Analysis	
	Posttest Mean (SD)	t-value (p-value)	Effect Sizes(d)
Teaching Design Ability			
Experimental Group	85.544 (5.895)	5.057 (<.001)	1.131
Control Group	78.813 (6.009)		
Teaching Implementation Ability			
Experimental Group	86.050 (5.876)	5.045 (<.001)	1.128
Control Group	79.194 (6.273)		
Teaching Assessment Ability			
Experimental Group	85.468 (7.137)	3.678 (<.001)	0.822
Control Group	79.375 (7.672)		
Reflection Ability			
Experimental Group	83.409 (7.200)	2.532 (<.001)	0.566
Control Group	79.150 (7.829)		
Total Score			
Experimental Group	85.109 (7.535)	3.516 (<.001)	0.860
Control Group	79.134 (7.666)		

* Statistically significant at the .05 level

The findings revealed that the experimental group achieved significantly higher mean scores than the control group in all aspects of Chinese teaching competency Teaching Design Ability, Instructional Implementation, Assessment, and Reflection with all p-values < .001. The effect sizes ranged from 0.566 to 1.131, indicating large effects and a substantial impact of the instructional model. Specifically, the total teaching

competency score of the experimental group was M = 85.109, SD = 7.535, compared to M = 79.134, SD = 7.666 in the control group (t = 3.516, p < .001, d = 0.860). These results confirm that the Constructivist Theory and Task-Based Learning (CTBL) instructional model is highly effective in enhancing preservice teachers' teaching competency, both statistically and practically.

Comparison of Chinese Teaching Competency Before and After Using the Instructional Model Within the Experimental and Control Groups

The researcher used a Paired Samples t-test to compare the pre-test and post-test scores within each group. The results are shown in Table 2.

Table 2 Compare students' Chinese teaching competency before and after the experiment within the experimental group

Topics	Prescriptive Statistics		Within-Subject Analysis	
	Pretest Mean (SD)	Posttest Mean (SD)	t-value (p-value)	Effect Sizes(d)
Experimental Group				
Teaching Design Ability	48.588 (5.651)	85.544 (5.895)	28.254 (<.001)	1.40
Teaching Implementation Ability	50.475 (6.127)	86.050 (5.876)	27.577 (<.001)	0.92
Teaching Assessment Ability	46.194 (7.554)	85.468 (7.137)	21.255 (<.001)	1.34
Reflection Ability	47.850 (6.833)	83.409 (7.200)	21.939 (<.001)	1.06
Total Score	48.277 (7.948)	85.109 (7.535)	16.885 (<.001)	0.76
Control Group				
Teaching Design Ability	48.113 (6.329)	78.813 (6.009)	22.448 (<.001)	0.97
Teaching Implementation Ability	50.425 (6.480)	79.194 (6.273)	20.174 (<.001)	0.51
Teaching Assessment Ability	46.865 (7.340)	79.375 (7.672)	19.365 (<.001)	1.33
Reflection Ability	46.209 (7.226)	79.149 (7.829)	19.554 (<.001)	1.37
Total Score	47.902 (7.876)	79.134 (7.666)	17.972 (<.001)	1.02

* Statistically significant at the .05 level

The experimental group showed statistically significant improvements in all aspects of Chinese teaching competency after implementing the CTBL instructional model ($p < .001$), with large effect sizes for Teaching Design Ability ($d = 1.40$), Teaching Assessment Ability ($d = 1.34$), Reflection Ability ($d = 1.06$), Teaching Implementation Ability ($d = 0.92$), and Total Score ($d = 0.76$). Although the control group also showed significant gains ($p < .001$), its effect sizes Teaching Design Ability ($d = 0.97$), Teaching Assessment Ability ($d = 1.33$), Reflection Ability ($d = 1.37$), Teaching Implementation Ability ($d = 0.51$), and Total Score ($d = 1.02$) were consistently smaller. These results confirm that the CTBL instructional model not only produces statistically significant improvements but also demonstrates a stronger practical impact on enhancing Chinese teaching competency compared with traditional instruction.

Student satisfaction after participating in the instructional model based on Constructivist and the Task-Based Learning Approach

The researcher administered a satisfaction questionnaire to the experimental group after completing six CTBL-based lessons. The overall satisfaction was rated “very high” (Mean = 4.54, SD = 0.55). Students were most satisfied with the instructional model design (Mean = 4.57), praising its clarity, flexibility, and resource support. Learning assessment (Mean = 4.55) was valued for its clear criteria, constructive feedback, and motivational effect. Teaching content (Mean = 4.54) was seen as relevant and well-structured, while improved teaching competency (Mean = 4.53) reflected students’ perceived gains in planning, instruction, assessment, and reflection. These results confirm the effectiveness of the Constructivist Theory and Task-Based Learning (CTBL) instructional model in enhancing both academic achievement and learning experience, with strong potential for broader application in teacher education.

Discussion

1. Comparison of Students’ Chinese teaching Competency after the Experiment between the Experimental Group and the Control Group

The experimental group taught through the instructional model integrating Constructivist Theory and Task-Based Learning achieved significantly higher scores in all areas of Chinese teaching competency lesson planning, instructional use, assessment, and reflection than the control group ($p < .001$). The effect sizes ranged from $d = 0.566$ to 1.131, indicating large effects. This finding supports Wu et al. (2023), who reported that constructivist principles enhance students’ attitudes and problem-solving more effectively than traditional methods. Similarly, Liu, Mishan, and Chambers (2018) confirmed that task-based learning strengthens language skills and instructional

competence, particularly in Chinese education. Notably, Teaching Design Ability (d = 1.131) and Instructional Implementation (d = 1.128) showed the strongest impacts, suggesting that activities emphasizing lesson planning and execution most effectively improved overall teaching competency.

2. Internal Improvement within the Experimental Group after Implementing the Instructional Model Using Constructivist Theory and a Task-Based Learning Approach

Both groups improved after instruction, but the experimental group showed greater gains, especially in instructional implementation. This finding supports Wu et al. (2023), who demonstrated that experiential learning with reflective practice enhances professional preparation. It also aligns with Echiverri and Lane (2019), who found that interactive task-based activities significantly improved satisfaction and performance in a CLIL course in China. Similarly, Vygotsky and Cole (1978) emphasized that social interaction promotes higher-order thinking. The improvement pattern suggests that the reflection and evaluation stages of the CTBL cycle enhanced metacognitive awareness, helping preservice teachers assess and refine their teaching more effectively.

3. Students' Satisfaction after Implementing the Instructional Model Using Constructivist Theory and Task-Based Learning Approach in the Experimental Group

Student in the experimental group showed a very high level of their satisfaction with the instructional model, particularly in activity design, flexibility, clear assessment criteria, and positive impact on teaching abilities. The stated findings are relevant to Echiverri and Lane (2019) who discovered that an interactive learning model improved students' motivation and self-confidence. In addition, it also aligns with Liu et al. (2018), who spotlighted the importance of well-organized teacher training for successfully implementing "Task-Based Language Teaching (TBLT)" in Chinese education settings. This high satisfaction suggests that the CTBL model not only supported cognitive development but also improved affective engagement and teaching confidence, indicating its holistic effectiveness.

Body of knowledge

This study integrates constructivist theory and task-based learning to promote experiential learning, critical thinking, and systematic teaching skill development among preservice teachers. Constructivism emphasizes learning through experience and reflection, while task-based learning focuses on real-life tasks related to teaching practice. The CTBL model combines these principles to enhance Chinese teaching

competency in lesson planning, instruction, assessment, and reflection. It differs from existing models by linking task cycles with reflective assessment, strengthening the connection between theory and classroom practice.

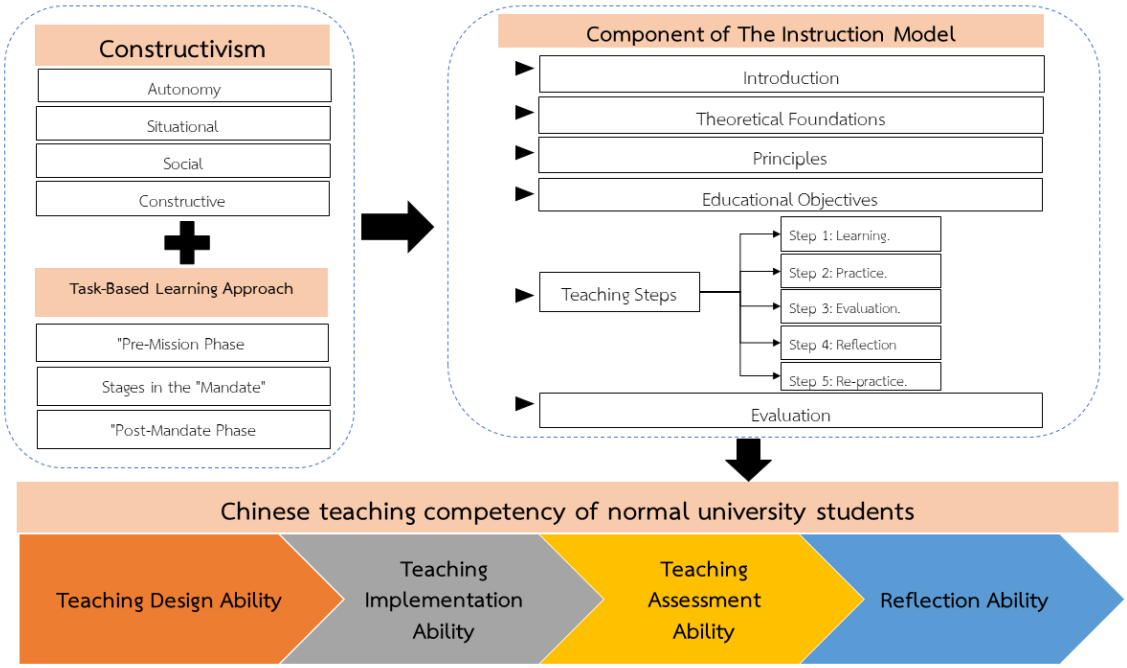


Figure 2 Instructional Model to Enhance Chinese Teaching Competency

Conclusion

1. Comparison of Chinese Teaching Competency Between the Experimental and Control Groups

The study found that students in the experimental group who received instruction through the instructional model using constructivist theory and task-based learning showed significantly higher levels of Chinese teaching competency than those in the control group in all areas: teaching design ability, instructional implementation, assessment, and reflection. The results were statistically significant ($p < .001$) for all competencies. The effect sizes ranged from 0.566 to 1.131, showing the large effects, particularly in teaching design ability ($d = 1.131$) and instructional implementation ability ($d = 1.128$). These findings confirm the effectiveness of the instructional model in enhancing higher teaching competency compared to traditional instructional methods.

2. Comparison of Teaching Competency Before and After the Experiment Within Groups

Paired-sample t-tests showed that both the experimental and control groups made statistically significant obtains in Chinese teaching competency from the pretest to posttest ($p < .001$ in all areas). However, the experimental group showed much better improvements, with effect sizes ranging from 0.76 to 1.40, especially in teaching design ability ($d = 1.40$) and instructional implementation ability ($d = 0.92$). These large effect sizes highlight the substantial impact of the instructional model in developing well-rounded teaching skills, far exceeding the moderate gains observed in the control group (effect sizes ranged from 0.51 to 1.37).

3. Student Satisfaction with the Constructivist Theory and Task-Based Learning Instructional Model

The results indicated a very high level of student satisfaction (Mean = 4.54, SD = 0.55) across all aspects. Students particularly valued the model's clear structure, engaging assessments, relevant content, and its positive impact on teaching competency. These findings confirm that the Constructivist Theory and Task-Based Learning (CTBL) model enhances both academic achievement and learning experience, supporting its wider adoption in teacher education programs.

Suggestion

From the research results the researcher has suggestions as follows:

1. **Suggestion for application**

The study shows that using the instructional model based on constructivist theory and task-based learning approach can help improve students' Chinese teaching competency. Because of this, the model can be applied in other teacher education programs to better prepare preservice teachers in teaching Chinese. In addition, educational institutions should use this instructional model with real-life teaching tasks, activities that encourage reflection, and group learning. Additional training should be given to ensure teachers can effectively create a classroom environment that is focused on students and based on tasks.

2. Suggestion for future research

Future research should use the instructional model from this study with bigger and more varied groups to better examine how effective it is. Also, longitudinal studies should look at how the instructional model works over time. Using digital tools along with this instructional model is also a recommendation. Plus, methods like interviews

and observations are suggested to better understand learners' experiences and improve the instructional model.

References

Bryfonski, L. (2021). From task-based training to task-based instruction: Novice language teachers' experiences and perspectives. *Language Teaching Research, 28*(3), 1255–1279. https://doi.org/10.1177/13621688211026570.

Echiverri, L. L., & Lane, K. (2019). Chapter 8: Influence of learning attitudes and task-based interactive approach on student satisfaction and perceived learning outcomes in a content and language integrated learning (CLIL) university course in China. In *Teachers' professional development in global contexts (pp. 140–159).* Brill.

Li, J., Shi, Z., & Xue, E. (2020). The problems, needs and strategies of rural teacher development at deep poverty areas in China: Rural schooling stakeholder perspectives. *International Journal of Educational Research, 99*, 101496. https://doi.org/10.1016/j.ijer.2019.101496.

Liu, Y., Mishan, F., & Chambers, A. (2018). Investigating EFL teachers' perceptions of task-based language teaching in higher education in China. *Language and Intercultural Communication, 18*(5), 131–146. https://doi.org/10.1080/09571736.2018.1465110.

Ogilvie, G., & Dunn, W. (2013). Taking teacher education to task: Exploring the role of teacher education in promoting the utilization of task-based language teaching. *Language Teaching Research, 14*(2), 161–181. https://doi.org/10.1177/1362168809353875.

Piaget, J. (1973). *To understand is to invent: The future of education*. New York: Grossman.

Suhendi, A., & Purwarno, P. (2018). Constructivist learning theory: The contribution to foreign language learning and teaching. *KnE Social Sciences, 3*(4), 87–95. https://doi.org/10.18502/kss.v3i4.1921.

Vygotsky, L. S., & Cole, M. (1978). *Mind in society: Development of higher psychological processes.* Cambridge, MA: Harvard University Press.

Wang, Y., Nokkala, T., & Moate, J. (2024). Comparing Finnish and Chinese national teacher education frameworks from the teacher competency perspective. *European Journal of Teacher Education, 47*(3), 1–20. https://doi.org/10.1080/02619768.2024.2361108.

Williams, M., & Burden, R. L. (1997). *Psychology for language teachers: A social constructivist approach.* Cambridge, England: Cambridge University Press.

Wu, Q., Zhu, P., Ji, Q., Shi, G., Qian, M., Xu, H., Gu, X., Wang, W., & Zhang, Q. (2023). The effect of death education course utilizing constructivist learning theory on first grade undergraduate nursing student attitudes and coping abilities towards death: A mixed study design. *Nurse Education Today, 126*, 105809. https://doi.org/10.1016/j.nedt.2023.105809

Yang, L., García-Holgado, A., & Martínez-Abad, F. (2023). Digital competence of K-12 pre-service and in-service teachers in China: A systematic literature review. *Asia Pacific Education Review, 24*, 679–693. https://doi.org/10.1007/s12564-023-09888-4.

Yang, L., Martínez-Abad, F., & García-Holgado, A. (2022). Exploring factors influencing pre-service and in-service teachers' perception of digital competencies in the Chinese region of Anhui. *Education and Information Technologies, 27*, 12469–12494. https://doi.org/10.1007/s10639-022-11085-6.

Ye, J., Mi, S., & Bi, H. (2021). Constructing core teaching competency indicators for secondary school science teachers in China. *Journal of Baltic Science Education, 20*(3), 389–406. https://doi.org/ 10.33225/jbse/21.20.389.

ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้

THE RELATIONSHIP BETWEEN LANGUAGE AND CULTURE IN ISAN INDIE COUNTRY SONGS

จุฬารัตน์ ชัยพิทักษ์*
Jurarat Chaiphithak
นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Ph.D. (Candidate) in Thai Language, Faculty of Humanities, Kasetsart University
บุญเลิศ วิวรรณ์, วิไลศักดิ์ กิ่งคำ
Boonlert Wiwan, Wilaisak Kingkham
อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Lecturer Department of Thai Language, Faculty of Humanities, Kasetsart University
Corresponding Author E-mail: jurarat.c@rmutsb.ac.th
Received August 24, 2025; **Revised** November 20, 2025; **Accepted** November 20, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการศึกษากลวิธีการใช้ภาษาและความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยรวบรวมเพลงจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทยูทูบ จำนวน 432 เพลง ตั้งแต่ พ.ศ. 2561-2565 ผลการศึกษา พบว่า กลวิธีการใช้ภาษาระดับคำมีความโดดเด่นคือ ภาษาไทยถิ่นอีสานที่ถ่ายทอดคุณค่าเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความนึกคิดของชาวอีสาน กลวิธีการใช้ภาษาวรรณศิลป์โดดเด่นในการใช้ผญา (ภาษิตอีสาน) ที่แฝงคติเชื่อมโยงให้ผู้ฟังเข้าถึงสาระทางวัฒนธรรม

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรม พบว่า วัฒนธรรมสาขามนุษยศาสตร์โดดเด่นด้านประเพณีแต่งงานและบายศรีสู่ขวัญ ส่วนฮีต 12 ได้แก่ บุญข้าวจี่ บุญบั้งไฟ บุญข้าวสาก ทอดกฐิน แสดงถึงความศรัทธาด้านพระพุทธศาสนาที่พบคำสอนเรื่องเบญจศีล การเวียนว่ายตายเกิด ด้านความเชื่อเรื่องภูตผีวิญญาณ พญานาค สิ่งศักดิ์สิทธิ์และขวัญที่ยึดโยงกับสิ่งเหนือธรรมชาติ สาขาศิลปะ ได้แก่ ด้านวรรณกรรมนิทานเรื่องผาแดงนางไอ่ ก่องข้าวน้อยฆ่าแม่ ด้านศิลปะการแสดง ได้แก่ พิณแคนและวงดนตรีรถแห่ที่ประยุกต์เข้าด้วยกัน และหมอลำ ด้านทัศนศิลป์ ได้แก่ พระธาตุ เถียงนา เฮือน สาขาการช่างฝีมือ ได้แก่ การทอผ้าชิ่น การจักสานแหดาง และเครื่องปั้นดินเผาทั้งไหและครก สาขาคหกรรมศิลป์ ได้แก่ ด้านอาหารที่มักกล่าวถึงข้าวเหนียว อาหารจากธรรมชาติ และปลาแดก ด้านเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ การแต่งกายสมัยนิยมในชีวิตประจำวันส่วนในเทศกาลและพิธีกรรมพบผ้าชิ่น ด้านอาชีพ ได้แก่ อาชีพเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม การใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานในบทเพลงแม้ว่าผู้ประพันธ์จะเขียนเพื่อตอบสนองความทันสมัยและลักษณะของสังคมออนไลน์ แต่ยังทำหน้าที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ผสานวิถีชีวิต ภูมิปัญญาอันสะท้อนอัตลักษณ์อีสาน

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรม, วัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน, เพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้

Abstract

This article aimed to study the linguistic strategies and the relationship between language and culture in Isan indie country songs. This study utilized a qualitative research approach to collect 432 songs between 2018 and 2022 from the YouTube website. The results of the study showed that linguistic strategies at the word level are outstanding in Isan dialectal vocabulary, which conveys the cultural values, ways of life, and perspectives of Isan people. Literary linguistic strategies are notable through the use of *phaya* (Isan proverbs) that imply morals and connect listeners to cultural content.

The relationship between language and culture reveals that the culture of humanity is outstanding in weddings and Bai Sri Su Kwan traditions. The *Heet 12* traditions include the *Bun Khao Jee, Bun Bang Fai, Bun Khao Sak,* and *Thot Kathin* ceremonies, demonstrating faith in Buddhism, including the teachings of the Five Precepts, the cycle of rebirth, and beliefs in ghosts, *Kwan, Naga,* and sacred entities that are connected to the supernatural. In the arts domain, literary folktales include *Phadaeng Nang Ai* and *Kong Khao Noi Kha Mae*, while the performing arts include *phin*, *khaen*, applied *rot hae* music car, and *molam*. Visual arts elements include stupas, field huts, and traditional Isan houses, while craftsmanship includes the weaving of *sin* skirts, weaving of fishing nets and *daang*, and earthenware such as jars and mortars. Culinary art includes the commonly referenced food of sticky rice, natural food, and fermented fish, while clothing includes modern clothing in daily life and sin skirts in festivals and ceremonial contexts, as well as the occupational domain, including agricultural work and industrial labor. The Isan dialect in the songs shows that, although they were written by a composer to respond to modernity and the characteristics of online society, they also serve to convey a culture that combines the lifestyles and wisdom that reflect Isan identity.

Keywords: Relationship between language and culture, Isan culture, Isan indie country songs

บทนำ

ภาษาเป็นเครื่องมือของการสื่อสาร ก่อให้เกิดความเข้าใจ และสื่อความหมายตรงกันระหว่างผู้สื่อสาร อีกทั้งเป็นสื่อกลางในการสืบทอดและเป็นหลักฐานของวัฒนธรรม ภาษาเป็นวัฒนธรรมแขนงหนึ่งเรียกว่าวัฒนธรรมทางวรรณกรรม (ประภาศรี สีหอำไพ, 2550) เพลงลูกทุ่งมีหน้าที่ทางสังคม กล่าวคือเพลงลูกทุ่งนั้นได้พัฒนาจากแนวเพลงตลาดหรือเพลงชีวิตอันหลากหลายลีลาและสาระที่สะท้อนชีวิตสะท้อนสังคม มีลักษณะที่สัมพันธ์กับท้องถิ่นพื้นบ้านอย่างโดดเด่น ด้วยเหตุที่การขยายตัวของระบบเศรษฐกิจทุนนิยมส่งผลกระทบให้คนชนบทมีวิถีชีวิตเปลี่ยนแปลงมาสัมพันธ์กับเมืองมากขึ้น

ทั้งต้องพึ่งพาด้านเศรษฐกิจ และเปิดรับวัฒนธรรมความทันสมัยจากเมืองมากขึ้น ทำให้ศิลปินชาวชนบทนำความเป็นท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นบทเพลงไทยสากลแนวใหม่และได้รับการตอบรับจากคนในสังคมชนบทอย่างกว้างขวาง (ศิริพร กรอบทอง, 2547)

นอกจากนี้ ในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา “เพลงลูกทุ่งอีสานอินดี้” กลายเป็นกระแสที่โด่งดังในวงการเพลงไทย เช่น ผู้สาวขาเลาะ คู่คอง คำแพง ห่อหมกฮวกไปฝากป้า บักแตงโม ทุกเพลงล้วนมีจำนวนผู้ติดตามจากสื่อสังคมออนไลน์ประเภทยูทูบ (Youtube) เกิน 100 ล้านวิว และมีการทำซ้ำดัดแปลง และนำไปร้องในรายการประกวดจำนวนมาก กลุ่มศิลปินอีสานวัยหนุ่มสาวเติบโตมาในอีสานยุคใหม่ ทำให้หนุ่มสาวอีสานในชนบทเห็นวิถีชีวิตได้สองแบบคือชนบทและเมือง การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์ทำให้ศิลปินอีสานส่วนมากผลิตเพลงใช้ชีวิต การสลับสับเปลี่ยนวัฒนธรรมที่หลากหลายและแตกต่างจากเพลงอีสานแบบเดิม (ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, 2562) เพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้มีรูปแบบและลักษณะที่มาจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม เครือข่ายสังคมออนไลน์ และสื่อต่าง ๆ เพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้จึงมีลักษณะของการบรรเลงด้วยเครื่องดนตรีแบบผสมผสานระหว่างเครื่องดนตรีพื้นบ้านอีสานอย่างพิณ แคน โหวต หรือโปงลางกับเครื่องดนตรีสากล โดยเนื้อเพลงประกอบด้วยคำภาษาไทยถิ่นอีสานและคำภาษาไทยมาตรฐาน อีกทั้งปรากฏคำที่มาจากภาษาอังกฤษตามความนิยมของผู้คนในสังคมปัจจุบันที่ผู้รับสารสามารถเข้าถึงสิ่งที่ตนเองสนใจได้อย่างรวดเร็ว ผู้ผลิตสื่อทำการผลิตซ้ำซึ่งส่งผลและมีอิทธิพลต่อผู้รับชมรับฟังสื่อดังกล่าว โดยเฉพาะเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สะดวกและเข้าถึงได้ง่าย มีความอิสระและเปิดกว้างทั้งในมุมของผู้ส่งสารและผู้รับสาร

นักวิชาการได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเพลงลูกทุ่ง เช่น งานวิจัยของรัฐวรรณ จุฑาพานิช (2547) ที่ศึกษาเรื่องเพลงลูกทุ่งที่ได้รับความนิยมระหว่างปี พ.ศ. 2544-2545 : การศึกษาเนื้อหา ภาษา และภาพสะท้อนสังคม ด้านเนื้อหาพบ 7 เรื่อง ได้แก่ ความรักลักษณะต่าง ๆ อาชีพการงานของชาวชนบทในกรุงเทพฯ อิทธิพลของอำนาจเงิน เรื่องชวนขำขัน การให้กำลังใจในชีวิต วรรณคดีเก่า และสื่อความหมายหลายนัย ด้านการใช้ภาษาพบ 11 ประเภท ได้แก่ ภาษาปาก คำภาษาถิ่น คำสแลง คำภาษาต่างประเทศ คำซ้ำ คำซ้อน การใช้ภาษาวรรณศิลป์ การใช้สำนวน การใช้คำร่วมสมัย ด้านภาพสะท้อนสังคมพบ 5 ด้าน ได้แก่ ภาพสะท้อนวิถีชีวิตชนบทด้านต่าง ๆ ทัศนคติเรื่องความรักของผู้หญิงผู้ชายยุคปัจจุบัน การเป็นเมืองท่องเที่ยวของประเทศไทย ปัญหาความเสื่อมทรามของสังคมไทย และวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งงานวิจัยนี้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยได้

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัย พบว่า ยังไม่มีการศึกษาที่วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ โดยเฉพาะในบริบทสังคมอีสานร่วมสมัยภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทยูทูบ (Youtube) ตั้งแต่ พ.ศ. 2561-2565 ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลวิธีการใช้ภาษา รวมทั้งวัฒนธรรมภายใต้การนำเสนอวัฒนธรรมอีสานที่มีความร่วมสมัย บทบาทของภาษาไทยถิ่นอีสานต่อการพัฒนาภาษาในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ซึ่งเป็นผลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการผลิตซ้ำ ผู้ฟังเกิดการรับสารแบบซ้ำ ๆ สิ่งเหล่านี้จึงนับว่ามีความจำเป็นในการศึกษาประเด็นดังกล่าวนี้อย่างครอบคลุม เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของภาษาและวัฒนธรรมอีสานในยุคดิจิทัลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยตรวจเอกสารเกี่ยวกับกลวิธีการใช้ภาษาและความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรม ดังนี้

กลวิธีการใช้ภาษาระดับคำ หมายถึง วิธีการใช้คำศัพท์ในการสื่อความหมายเพื่อสร้างความชัดเจน ทั้งการเลือกใช้คำที่เหมาะสม (สุทิน วรรณบวร, 2560) อันประกอบด้วย การใช้คำภาษาไทยถิ่นอีสาน การใช้คำซ้ำ การใช้คำซ้อน การใช้คำที่มาจากภาษาอังกฤษ และการใช้คำภาษาปาก เพื่อให้บทเพลงมีลักษณะการเรียบเรียงคำที่เหมาะสมและชัดเจน ส่วนกลวิธีการใช้ภาษาวรรณศิลป์ หมายถึง ศิลปะในการใช้ภาษาอันเกิดจากการเรียบเรียงถ้อยคำ โดยการเลือกใช้ถ้อยคำ สำนวน โวหารที่มีความไพเราะงดงาม สละสลวยตามแบบวิธีของภาษา เพื่อมุ่งการสื่อความหมายและอารมณ์สะเทือนใจให้เกิดแก่ผู้อ่านผู้ฟัง (สมเกียรติ รักษ์มณี, 2551) อันประกอบด้วยการใช้ผญาหรือภาษิตอีสาน การใช้ภาพพจน์ และการพรรณนา

วัฒนธรรม หมายถึง สิ่งที่ทำความเจริญงอกงามให้แก่หมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมในการแต่งกาย วิถีชีวิตของหมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน วัฒนธรรมชาวเขา (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) วัฒนธรรมมี 4 ลักษณะคือ 1. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ได้มาจากการเรียนรู้ 2. วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมที่สืบทอดกันมา 3. วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิตหรือแบบของการดำรงชีวิต 4. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่คงที่ วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (สุวรรณา ตั้งทีฆะรักษ์, 2552) ส่วนวัฒนธรรมท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน คณาจารย์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (2551) กล่าวไว้ว่า ภาคอีสานมีพื้นที่กว้างใหญ่มีประชากรมากกว่าทุกภาคและมีหลายเผ่าพันธุ์ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นตัวแปรสำคัญให้เกิดวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมาก

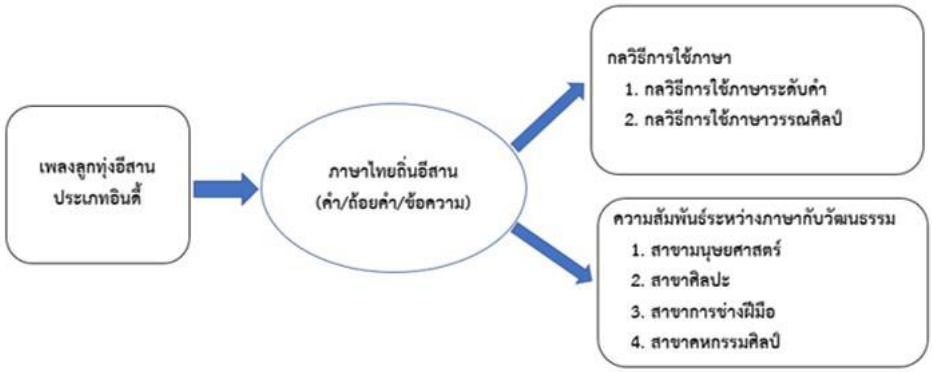
ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรม นักวิชาการกล่าวเกี่ยวกับภาษากับวัฒนธรรมว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ดังที่สุวรรณา ตั้งทีฆะรักษ์ (2552) กล่าวว่า ภาษาและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด ส่วนดียู ศรีนราวัฒน์ (2558) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและวัฒนธรรมนี้มีความสัมพันธ์กันใน 2 ลักษณะใหญ่คือ ลักษณะแรก ภาษามีอิทธิพลเหนือความคิด (thought) หรือโลกทัศน์ (world view) ของมนุษย์ ลักษณะที่สองคือ วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการใช้ภาษา โดยเห็นได้ว่าลักษณะภาษาที่ใช้นั้นสะท้อนให้เห็นระบบความเชื่อ ค่านิยม และวิถีดำเนินชีวิตของผู้พูดตามความสัมพันธ์แบบที่สองนี้ วัฒนธรรมไม่ได้เป็นตัวกำหนดภาษา เพียงแต่มีอิทธิพลต่อการใช้ภาษา ส่วน Kramsch C (1998) กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมว่า ภาษาเป็นหลักในการดำเนินชีวิตในสังคม เมื่อนำภาษาไปใช้ในบริบทของการสื่อสารจะถูกผูกมัดกับวัฒนธรรมในรูปแบบที่หลากหลายและซับซ้อน ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมจัดเป็น 3 ประเภทคือ 1. ภาษาแสดงความเป็นจริงทางวัฒนธรรม 2. ภาษาสื่อถึงความเป็นจริงทางวัฒนธรรม 3. ภาษาเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นจริงทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ พระอุดมธีรคุณ (2563) กล่าวว่า ภาษาสะท้อนวัฒนธรรมสามารถสังเกตได้จากความสัมพันธ์ดังนี้ 1. ภาษาสะท้อนความคิดและทัศนคติของผู้พูด 2. ภาษาสะท้อน

พฤติกรรมการตีตราทางสังคม 3. ภาษาสะท้อนสถานภาพของคนในสังคม 4. ภาษาสะท้อนถิ่นที่อยู่อาศัย เรียกว่า สำเนียง 5. ภาษาสะท้อนค่านิยมในสังคม ภาษากับวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดอย่างแยกกันไม่ออก ภาษาเปลี่ยนแปลงตามวัฒนธรรมและค่านิยมของคนในสังคม ภาษาเป็นเสมือนกระจกซึ่งทำหน้าที่สะท้อนวัฒนธรรมและความคิด ทำให้ทราบระบบความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และวิถีดำเนินชีวิตของกลุ่มชนได้

จากการตรวจเอกสารดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยพบแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในบทเพลงจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของเนื้อหา กลวิธีการใช้ภาษาที่นำเสนอเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ในโลกออนไลน์

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยประยุกต์กรอบแนวคิดเกี่ยวกับกลวิธีการใช้ภาษาของวิไลศักดิ์ กิ่งคำ (2560) บรรจบ พันธุเมธา (2555) เรืองเดช ปันเขื่อนขัติย์ (2554) จิรวัฒน์ เพชรรัตน์ และอัมพร ทองใบ (2555) จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ และบาหยัน อิ่มสำราญ (2556) คณะกรรมการสารานุกรมไทยภาคอีสาน (2542) ดวงใจ ไทยอุบุญ (2549) และสุจริต เพียรชอบ (2540) และกรอบแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมของ Kramsch C (1998) กรมส่งเสริมวัฒนธรรม (2561) บุญยงค์ เกศเทศ (2551) จารุบุตร เรืองสุวรรณ (2549) ประชิด สกุณะพัฒน์ และอุดม เชยกีวงศ์ (2548) และสวิง บุญเจิม (2536) โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมสาขามนุษยศาสตร์ สาขาศิลปะ สาขาการช่างฝีมือ และสาขาคหกรรมศิลป์ จากการประยุกต์กรอบแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้นำไปวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมสาขาต่าง ๆ ในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวกับกลวิธีการใช้ภาษา วัฒนธรรม ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรม เพลงลูกทุ่งอีสาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นประชากรประเภทสื่อสารสนเทศ และกลุ่มตัวอย่างประเภทสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ดังต่อไปนี้

2.1 ประชากร คือสื่อสารสนเทศที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ เพลงลูกทุ่งอินดี้อีสานที่มีจำนวนผู้รับชม 1 ล้านวิวขึ้นไปที่นำเสนอในเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทยูทูบ (Youtube) ตั้งแต่ พ.ศ. 2561-2565 รวมระยะเวลา 5 ปี ซึ่งมีจำนวน 3,617 เพลง

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด 3,617 เพลง ซึ่งผู้วิจัยตรวจสอบบทเพลงที่นำเสนอซ้ำแล้วตัดบทเพลงนั้นออกไป แล้วสืบค้นเนื้อเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ที่มีจำนวนผู้รับชม 1 ล้านวิวขึ้นไปจากเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น www.youtube.com, www.meemodel.com, www. siamzone.com เป็นต้น และตรวจสอบบทเพลงที่มีเนื้อเพลงเป็นภาษาไทยมาตรฐานมากกว่าร้อยละ 50 ของเนื้อเพลงทั้งหมดออก จึงกำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีจำนวน 432 เพลง

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษากลวิธีการใช้ภาษาในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ ได้แก่ กลวิธีการใช้ภาษาระดับคำ ตัวอย่างการใช้คำภาษาไทยถิ่นอีสานประเภทคำเรียกญาติที่ปรากฏในเพลงโควิดกะย่าน คนอยู่บ้านกะอยากกอด ศิลปิน : กระต่าย พรรณนิภา คำร้อง : ไพบูลย์ แสงเดือน ดังข้อความ “กะอยากไปหาหละเนาะ กะอยากไปกอดหละหนอ ฮู้บ่คนอยู่ไกลมันเหงา บ่กล้าออกไปไส เปิดมือถือเบิ่งข่าว ติดตามสถานการณ์ อยากคืนเมือบ้าน อยากไปกอดแม่ คำคิงให้แหน่ **<u>อีพ่อ</u>**หล่าย่าน แต่ทางการเพิ่นให้กักโต บ่ให้เดินทาง” จากตัวอย่างพบลักษณะการใช้คำภาษาไทยถิ่นอีสานประเภทคำเรียกญาติ คือคำว่าอีพ่อ ซึ่งประกอบด้วยคำว่าอีและคำว่าพ่อ โดยคำว่าอีเป็นคำนำหน้าประกอบคำเรียกญาติคือคำว่าพ่อ ซึ่งหมายถึง ชายผู้ยังบุตรให้เกิด ชายผู้ให้กำเนิด ผู้ชาย (สมเด็จพระมหาวีรวงศ์, 2515) ดังนั้นคำว่าอีพ่อจึงเป็นลักษณะการเรียกของภาษาไทยถิ่นอีสานซึ่งเรียกบุพการีด้วยความรักและความใกล้ชิด ส่วนกลวิธีการใช้ภาษาวรรณศิลป์ตัวอย่างการใช้ผญาหรือภาษิตอีสานที่ปรากฏในเพลงฮ่ายกวดหนี ศิลปิน : มิ้นท์ ศิริลักษณ์ x เฟิร์น กัญญารัตน์ คำร้อง : นุนิค อนุชา ดังข้อความ “**<u>ฮ่ายกวดหนี สุขขีให้กวดใส่</u>** ให้เจ้าฮักแพงกันหลาย ๆ ให้เป็นตายายน้อคู่แก้ว ให้เจ้าได้พ้อฮักแท้” จากตัวอย่างพบลักษณะการใช้ผญาหรือภาษิตอีสานประเภทผญาบาทเดียว ดังข้อความฮ่ายกวดหนี สุขขีให้กวดใส่ หมายถึง การปล่อยให้สิ่งไม่ดีหรือความทุกข์ยากหลีกหนีไป ให้มีแต่ความสุข เป็นการพูดในเชิงเปรียบเทียบที่แสดงถึงความปรารถนาดีให้มีแต่ความสุขและความเจริญรุ่งเรืองแก่ผู้อื่น การใช้ผญาหรือภาษิตอีสานประเภทผญาบาทเดียวในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้เป็นการสอดแทรกแนวคิดทำให้เพลงมีความหมายที่ชัดเจนที่ปรากฏในวัฒนธรรมด้านประเพณีบายศรีสู่ขวัญหรือประเพณีแต่งงาน

หลังจากนั้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ ตัวอย่างความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมสาขามนุษยศาสตร์ด้านประเพณีที่ปรากฏในเพลงวันเกิดน้อง มื้อดองเขา ศิลปิน : นะนุ่น คำร้อง : ตาร์ศน บ.ดอน ดังข้อความ “เฟซบุ๊กมันฟ้องปีกลาย ว่าอ้ายเคยซื้อของขวัญมอบให้ แต่ปีนี้สถานการณ์มันเปลี่ยนไปแฮง เมื่ออ้ายโพสต์การ์ดงานแต่ง มื้อแลงสิมี**งานกินดอง** เพื่อนฝูงพ่อแม่พี่น้องไปเมนต์ยินดี แต่น้องนี้ตี้มันสิขาดใจ” จากตัวอย่างพบลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมด้านประเพณีส่วนบุคคลหรือประเพณีชีวิต นั่นคือ ประเพณีแต่งงาน ดังคำว่างานกินดอง ซึ่งเป็นการกล่าวถึงประเพณีแต่งงาน ชาวอีสานเรียกงานแต่งงานว่างานกินดองหรืองานดอง โดยคำว่างานกินดอง หมายถึง การกินเลี้ยงเพื่อฉลองการเกี่ยวดองเป็นครอบครัวเดียวกัน (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2561)

ขั้นตอนที่ 4 การนำเสนอผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมสาขาต่าง ๆ ร่วมกับแผนภาพแสดงข้อมูลประกอบเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 หลังจากนั้นสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ทั้งนี้ การนำเสนอผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการอ้างอิงถ้อยคำ ไม่ว่าจะเป็นชื่อศิลปิน ชื่อผู้ประพันธ์เพลง ชื่อเพลง และเนื้อเพลง อาจพบว่าหลักการเขียนไม่ตรงตามหลักเกณฑ์ของพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ผู้วิจัยจึงยึดหลักการเขียนตามที่ผู้ประพันธ์เพลงกำหนดเพื่อคงไว้ซึ่งรูปแบบการใช้ภาษาของผู้ประพันธ์เพลง

จริยธรรมการวิจัย

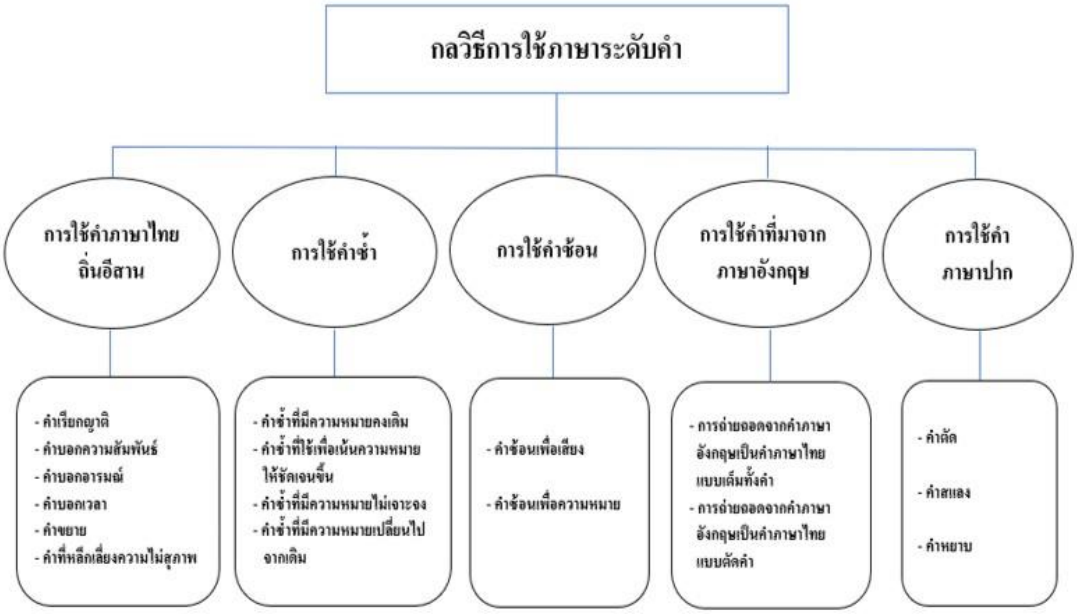
งานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์กลวิธีการใช้ภาษาซึ่งศึกษาคำและข้อความจากเอกสารที่เผยแพร่สู่สาธารณะแล้ว ผู้วิจัยมิได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากอาสาสมัครหรือกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงไม่เข้าข่ายการวิจัยในมนุษย์ตามเกณฑ์การพิจารณาของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยของสถาบัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ยึดถือหลักจริยธรรมการวิจัยทางภาษา โดยให้ความสำคัญกับการเคารพลิขสิทธิ์ การอ้างอิงแหล่งที่มาอย่างถูกต้องครบถ้วน และการนำเสนอผลการวิจัยโดยไม่บิดเบือนเนื้อหาและบริบทของข้อความต้นฉบับ

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า กลวิธีการใช้ภาษาในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ประกอบด้วย กลวิธีการใช้ภาษาระดับคำ และกลวิธีการใช้ภาษาวรรณศิลป์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กลวิธีการใช้ภาษาระดับคำ ได้แก่ 1.1 การใช้คำภาษาไทยถิ่นอีสาน พบการใช้คำเรียกญาติมักเป็นคำเรียกบุคคลในครอบครัว ได้แก่ บุพการีและลูก รวมถึงผู้ชายที่อายุน้อยกว่าพ่อซึ่งเป็นบุคคลที่นับถือเสมือนญาติ เช่น อีพ่อ ลูกซายหล่า อีแม่ อาว คำบอกความสัมพันธ์มักเป็นคำเรียกคนรักทั้งที่เป็นบุรุษและสตรี พร้อมทั้งบุคคลใกล้ชิดสนิทสนมกัน เช่น คำแพง อ้าย หล่าคำนาง เสี่ยว คู่คอง คำบอกอารมณ์มักเป็นคำบอกอารมณ์เชิงลบมากกว่าเชิงบวก เช่น ม่วน ฮัก อุกอั่ง ออนซอน หนหวย สูน คำบอกเวลามักเป็นคำบอกเวลาเช้าและเวลาเย็น เช่น เซ่านี้ ซอดแจ้ง แลงเซ้า มื้อแลง คำขยายมักเป็นคำวิเศษณ์เพื่อเพิ่มความหมายให้ชัดเจน เช่น มุ่นอุ้ยปุ้ย มิดซี่ลี่ ขาวจูนพูน กองจูนพูน มิดจ้อย และคำที่หลีกเลี่ยงความไม่สุภาพมักเป็นคำที่หลีกเลี่ยงคำด่า คำหยาบโลน และคำที่สื่อความหมายทางเพศ เช่น

สลัดผัก หมกฮวก นาท่งน้อย 1.2 การใช้คำซ้ำ พบคำซ้ำที่มีความหมายคงเดิม เช่น บ่ ๆ ซื่อ ๆ ซั่ว ๆ เด้อ ๆ คำซ้ำที่เน้นความหมายให้ชัดเจน เช่น คัก ๆ หวิ่น ๆ หน่ำ ๆ จ้อ ๆ ฮิ่น ๆ คำซ้ำที่มีความหมายไม่เจาะจง เช่น แลง ๆ เทิ่ง ๆ และคำซ้ำที่มีความหมายเปลี่ยนไปจากเดิม เช่น แปน ๆ 1.3 การใช้คำซ้อน พบคำซ้อนเพื่อความหมาย เช่น จอบซอมแนมเบิ่ง เพฮ่าง บ้าป่วง เบิ่งแงง และคำซ้อนเพื่อเสียง เช่น โสงโหลงเสงเหลง เซซกเซซ่าย หยับหย่างหย่าย 1.4 การใช้คำที่มาจากภาษาอังกฤษ พบคำที่มาจากภาษาอังกฤษที่มีลักษณะการถ่ายถอดเป็นคำภาษาไทยแบบเต็มทั้งคำ เช่น โควิด ไทม์ไลน์ ยีนลีวาย เฟซบุ๊ก โคฟเวอร์ และคำที่มาจากภาษาอังกฤษที่มีลักษณะการถ่ายถอดเป็นคำภาษาไทยแบบตัดคำ เช่น มอไซค์ เฟซ เมม 1.5 การใช้คำภาษาปาก พบคำตัด เช่น โลงบาล (โรงพยาบาล) ปุก (กระปุก) ติบ (กระติบ) คำสแลง เช่น ฟินคัก แซ่บ บ่อิน และคำหยาบ เช่น ส่นตีน สิแตก บักฮูขี้ ส่อล่อ โดยผลการวิจัยกลวิธีการใช้ภาษาระดับคำในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้สามารถแสดงได้ดังแผนภาพที่ 2

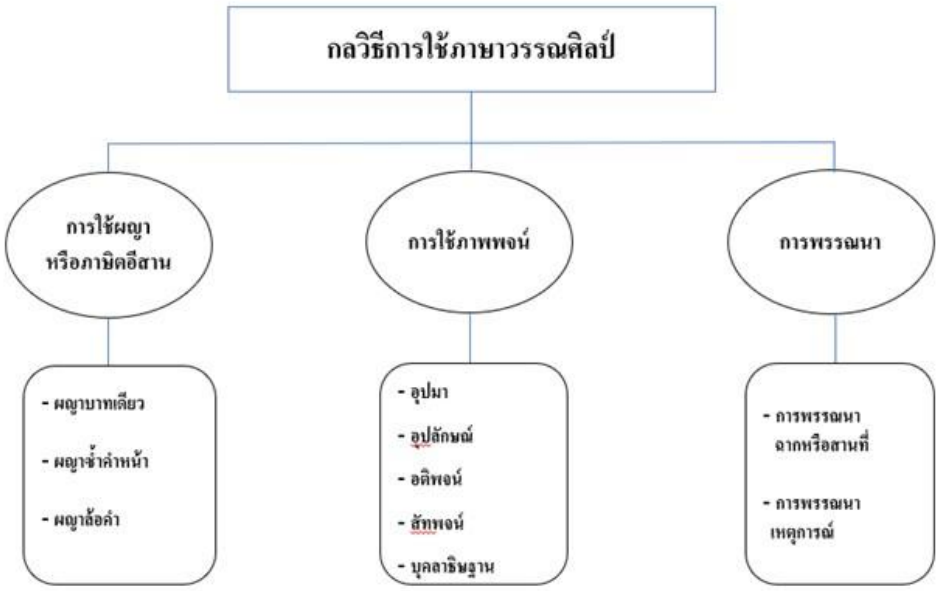


แผนภาพที่ 2 แสดงกลวิธีการใช้ภาษาระดับคำในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นถึงกลวิธีการใช้ภาษาระดับคำที่ปรากฏในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ว่าประกอบด้วยคำภาษาไทยถิ่นอีสาน คำซ้ำ คำซ้อน คำภาษาปาก รวมทั้งคำภาษาอังกฤษที่นำมาปรับใช้ร่วมกับภาษาไทยถิ่นอีสานที่แสดงถึงความร่วมสมัยในบริบทของสังคมยุคดิจิทัล

2. กลวิธีการใช้ภาษาวรรณศิลป์ ได้แก่ 2.1 การใช้ผญาหรือภาษิตอีสาน พบ 3 ประเภทคือ ผญาบาทเดียว ผญาซ้ำคำหน้าและผญาล้อคำ โดยมีเนื้อหาเรื่องความรัก การอวยพร การประชดและการดำเนินชีวิตของมนุษย์ 2.2 การใช้ภาพพจน์ พบ 5 ประเภทคือ อุปมาซึ่งเป็นการเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นนามธรรมกับรูปธรรม อุปลักษณ์ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นรูปธรรมกับรูปธรรม อติพจน์ซึ่งเป็นการกล่าวเกินจริงเรื่องจิตใจ ธรรมชาติ ร่างกาย การรอคอยแม้นไม่มีลมหายใจ ความรักที่มากยิ่งกว่าเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่และความรุนแรงของปรากฏการณ์ธรรมชาติ สัทพจน์ซึ่งเป็นการเลียนเสียงเครื่องดนตรีอีสานและเสียงหัวใจเต้น และบุคลาธิษฐานซึ่งเป็นการสร้างหัวใจและดวงตาให้มีชีวิตชีวาอย่างมนุษย์ 2.3 การพรรณนา พบ 2 ประเภทคือ การพรรณนาฉากหรือสถานที่ในชนบท

ทั้งสถานที่ส่วนตัวคือทุ่งนาและบ้าน สถานที่ส่วนรวมคือโรงเรียน สถานที่ศักดิ์สิทธิ์อย่างวัด และฉากหรือสถานที่ในเมือง ได้แก่ เมืองหลวง คือกรุงเทพมหานคร ส่วนการพรรณนาเหตุการณ์แสดงถึงภาพชีวิตประจำวัน โดยผลการวิจัยกลวิธีการใช้ภาษาระดับคำในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้สามารถแสดงได้ดังแผนภาพที่ 3



แผนภาพที่ 3 แสดงกลวิธีการใช้ภาษาวรรณศิลป์ในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้

จากแผนภาพที่ 3 แสดงให้เห็นถึงกลวิธีการใช้ภาษาวรรณศิลป์ในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ ว่าปรากฏการใช้ผญาหรือภาษิตอีสาน การเปรียบเทียบเปรียบเปรยในการใช้ภาพพจน์ลักษณะต่าง ๆ รวมถึงการพรรณนาฉากหรือเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันของชาวอีสานอันแสดงให้เห็นลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมอีสานผ่านถ้อยคำภาษาอย่างมีศิลปะ

จากผลการวิจัยกลวิธีการใช้ภาษาทั้งกลวิธีการใช้ภาษาระดับคำและกลวิธีการใช้ภาษาวรรณศิลป์เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมทั้ง 4 สาขาที่ปรากฏในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ ประกอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมสาขามนุษยศาสตร์ สาขาศิลปะ สาขาการช่างฝีมือ และสาขาคหกรรมศิลป์ ดังต่อไปนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมสาขามนุษยศาสตร์ในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ ผู้วิจัย พบว่า สามารถจัดหมวดหมู่ได้ 3 ด้าน ได้แก่ 1.1 ด้านประเพณี พบประเพณีส่วนบุคคลหรือประเพณีชีวิต ได้แก่ ประเพณีแต่งงานและบายศรีสู่ขวัญ และประเพณีสังคมหรือฮีต 12 ได้แก่ ประเพณีบุญข้าวจี่ บุญบั้งไฟ บุญข้าวสาก และทอดกฐิน โดยใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมด้านประเพณีที่แสดงอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมอีสาน 1.2 ด้านพระพุทธศาสนา พบหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนา ได้แก่ คำสอนเรื่องเบญจศีลและการเวียนว่ายตายเกิด

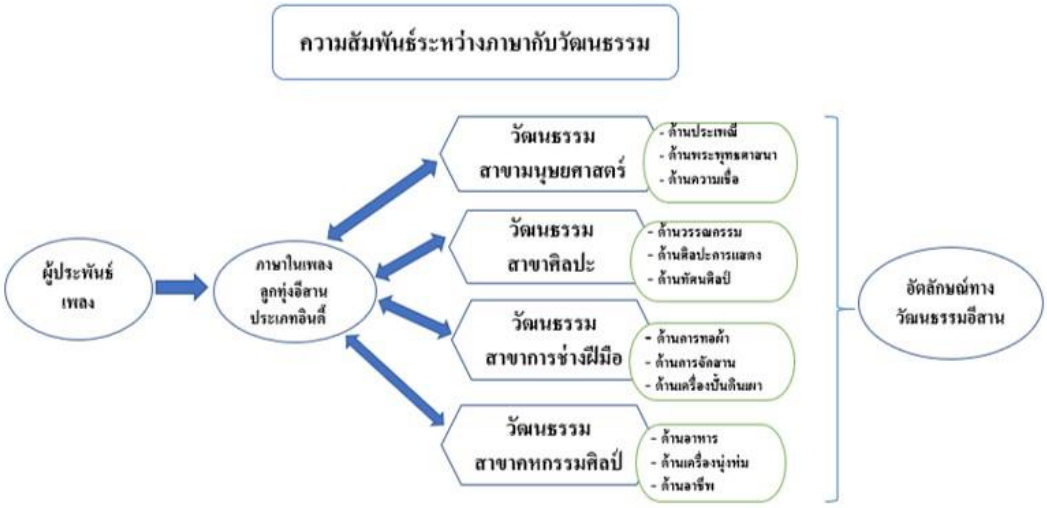
ทั้งการเกิดในชาตินี้ ชาติหน้าหรืออีกร้อยชาติซึ่งมีรากฐานจากพระพุทธศาสนาที่ปรากฏผ่านถ้อยคำและบริบทของเนื้อเพลง 1.3 ด้านความเชื่อ พบความเชื่อเรื่องภูตผีวิญญาณ ได้แก่ ผีบรรพบุรุษ ภูตผีทั่วไปและผีที่อยู่ในป่าช้า ส่วนความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ นาคหรือพญานาค สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่บนฟ้าและบนผืนดิน และความเชื่อเรื่องขวัญ ได้แก่ การเรียกขวัญทั้งในประเพณีแต่งงานและบายศรีสู่ขวัญทั่วไป

2. ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมสาขาศิลปะในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ ผู้วิจัยพบว่า สามารถจัดหมวดหมู่ได้ 3 ด้าน ได้แก่ 2.1 ด้านวรรณกรรม พบวรรณกรรมนิทาน ได้แก่ นิทานก้อมหรือนิทานขนาดสั้นตำนานก่องข้าวน้อยฆ่าแม่ซึ่งแฝงคติเตือนใจเรื่องความกตัญญู และนิทานพื้นบ้านเรื่องผาแดงนางไอ่ซึ่งสะท้อนความรักต้องห้ามระหว่างมนุษย์กับพญานาคและตำนานหนองหานที่จังหวัดอุดรธานีเป็นการถ่ายทอดภาษาผ่านเรื่องราวหรือเหตุการณ์ในบริบทความศรัทธาของชาวอีสาน 2.2 ด้านศิลปะการแสดง พบดนตรีและเพลงร้อง ได้แก่ พิณ แคน รถแห่ การดัดแปลงเครื่องครัวเป็นเครื่องดนตรีซึ่งสะท้อนการแสดงดนตรีสมัยใหม่ที่ประยุกต์กับเครื่องดนตรีพื้นบ้านอีสานอย่างพิณและแคนที่เป็นอัตลักษณ์อีสาน อีกทั้ง พบศิลปะการแสดงหมอลำซึ่งประกอบด้วยการขับร้อง การลำ และการแสดงประกอบเรื่องราวเกี่ยวกับภาคอีสาน 2.3 ด้านทัศนศิลป์ พบสถาปัตยกรรม ได้แก่ พระธาตุใหญ่ เถียงนา เฮือน เล้า ล้วนแสดงถึงความสำคัญของภาษาไทยถิ่นอีสานในการสื่อสารและเชื่อมโยงศิลปะทุกแขนง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมสาขาการช่างฝีมือในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ ผู้วิจัย พบว่า สามารถจัดหมวดหมู่ได้ 3 ด้าน ได้แก่ 3.1 ด้านการทอผ้า พบการทอผ้าถุง (ซิ่น) ซึ่งเป็นคำเรียกผ้าถุงของสตรีชาวอีสาน แสดงถึงความรู้ความสามารถ ภูมิปัญญา และการสร้างสรรค์ลวดลายผ้า 3.2 ด้านการจักสาน พบการจักสานแห ดาง ไซ และก่องข้าวน้อย ซึ่งถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในการดำเนินชีวิตประจำวันในท้องถิ่นอีสาน 3.3 ด้านเครื่องปั้นดินเผาพบเครื่องปั้นดินเผาประเภทไหและครกซึ่งเป็นภาชนะที่จำเป็นในชีวิตประจำวันอันสะท้อนวิถีชีวิตชาวอีสาน

4. ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมสาขาคหกรรมศิลป์ในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ ผู้วิจัย พบว่า สามารถจัดหมวดหมู่เป็น 3 ด้าน ได้แก่ 4.1 ด้านอาหาร พบอาหารประเภทข้าวและอาหารที่ทำจากข้าว เช่น ข้าวจี่ทาไข่ ข้าวน้อยบ่ายเกลือ เข้าใหม่ ข้าวในดอก ส่วนอาหารตามฤดูกาล เช่น จี่บักหอยเชอรี่ อ่อมเขียดโม้ แกงเห็ดเผาะ หมกฮวก ด้านอาหารที่มีรสชาติขมนำ เผ็ดตาม เปรี้ยวและฝาดตามธรรมชาติ เช่น ส้มบักม่วง (มะม่วง) และอาหารหมักดอง เช่น ปลาแดก (ปลาร้า) ซึ่งไม่เน้นการปรุงแต่งแต่ยังคงรสชาติให้ใกล้เคียงเดิมมากที่สุดโดยคำนึงถึงการรับประทานอาหารตามฤดูกาล 4.2 ด้านเครื่องนุ่งห่ม พบเครื่องนุ่งห่มในชีวิตประจำวัน เช่น ซ่ง (กางเกง) ยีนลีวาย เสื้อสายเดี่ยว ซึ่งเป็นการแต่งกายของชาวอีสานที่ปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมสมัยนิยมและเครื่องนุ่งห่มในเทศกาลและพิธีกรรมต่าง ๆ ได้แก่ ซิ่น (ผ้าถุง) ที่ยังคงอนุรักษ์ไว้ 4.3 ด้านอาชีพ พบอาชีพเกษตรกรรม เช่น การเลี้ยงสัตว์ การทำนาทำไร่ การเผาถ่านในสังคมชนบทที่ถิ่นฐานบ้านเกิด และอาชีพอุตสาหกรรมคือการทำงานโรงงาน การใช้แรงงานในสังคมเมืองโดยจากบ้านเกิดเมืองนอนไปอยู่ตามเมืองใหญ่โดยเฉพาะ

เมืองหลวง โดยผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ สามารถแสดงได้ดังแผนภาพที่ 4



แผนภาพที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้

จากแผนภาพที่ 4 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ ซึ่งผู้ประพันธ์เพลงได้ถ่ายทอดบทเพลงผ่านวัฒนธรรมทั้ง 4 สาขาที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ อันเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวอีสาน กลวิธีการใช้ภาษาระดับคำและกลวิธีการใช้ภาษาวรรณศิลป์ทำให้เกิดการยอมรับวัฒนธรรมสมัยใหม่ผสมผสานกับวัฒนธรรมดั้งเดิมตามจารีตประเพณีอีสาน

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า กลวิธีการใช้ภาษาระดับคำในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้คือ การใช้คำภาษาไทยถิ่นอีสานเพื่อรักษาและถ่ายทอดมรดกทางภาษาที่มีคุณค่าทั้งเชิงวัฒนธรรมและอารมณ์ สะท้อนวิถีชีวิต ความคิด และความรู้สึกของชาวอีสานอย่างลึกซึ้ง ส่วนกลวิธีการใช้ภาษาวรรณศิลป์ในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้มีความโดดเด่นในการใช้ผญาหรือภาษิตอีสานที่มีจังหวะคล้องจอง การซ้ำคำ และการเล่นเสียง ทำให้บทเพลงไพเราะและสื่ออารมณ์ได้ลึกซึ้ง ทั้งยังแฝงคติสอนใจเรื่องความรัก ความซื่อสัตย์ ความอดทน ความเสียสละแสดงให้เห็นภูมิปัญญาและอัตลักษณ์อีสานได้ชัดเจน และการเชื่อมโยงวัฒนธรรมกับบทเพลงให้ผู้ฟังเข้าถึงสาระทางวัฒนธรรมได้ ซึ่งแตกต่างกับงานวิจัยของสิริชญา คอนกรีต (2560) ที่ศึกษากลวิธีทางภาษาในเพลงลูกทุ่งเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์และการเมืองเชิงวัฒนธรรมของคนอีสานพลัดถิ่น ซึ่งพบศิลปะของการใช้ภาษาทั้งการใช้ถ้อยคำและการใช้ภาพพจน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ พบวัฒนธรรมสาขามนุษยศาสตร์ที่โดดเด่นด้านประเพณีส่วนบุคคลหรือประเพณีชีวิต เช่น ประเพณีแต่งงานและบายศรีสู่ขวัญที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนผ่านของช่วงชีวิตบุคคล อีกทั้งพบ

ประเพณีสังคมหรือฮีต 12 เช่น บุญข้าวจี่ บุญบั้งไฟ บุญข้าวสาก และทอดกฐิน ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ความศรัทธาและความเชื่อที่มีรากฐานจากพระพุทธศาสนาที่สะท้อนโลกทัศน์ชาวอีสาน ส่วนวัฒนธรรมด้านพระพุทธศาสนาพบคำสอน ได้แก่ เบญจศีลและการเวียนว่ายตายเกิด และวัฒนธรรมด้านความเชื่อพบเรื่องภูตผีวิญญาณ นาคหรือพญานาค สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่บนฟ้าและผืนดิน ตลอดจนความเชื่อเรื่องขวัญผ่านการเรียกขวัญตามวิถีการดำเนินชีวิตซึ่งยึดโยงระหว่างโลกแห่งธรรมชาติกับสิ่งเหนือธรรมชาติอย่างแนบแน่น

ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมสาขาศิลปะสะท้อนผ่านวรรณกรรมนิทาน เช่น นิทานและตำนานเรื่องก่องข้าวน้อยฆ่าแม่ที่สอนเรื่องความกตัญญูและโทษของการมาตุฆาต นิทานพื้นบ้านเรื่องผาแดงนางไอ่ที่เล่าความรักต้องห้ามและศรัทธาต่อสิ่งเหนือธรรมชาติและตำนานหนองหานที่ทำหน้าที่เป็นเครื่องบันทึกประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ด้านศิลปะการแสดงปรากฏทั้งดนตรีและเพลงร้องโดยเฉพาะวงดนตรีรถแห่ที่สะท้อนความคิดสร้างสรรค์และการปรับตัวของศิลปินอีสาน ขณะที่ดนตรีพื้นบ้านอย่างแคนและพิณยังถูกประยุกต์ร่วมกับเครื่องดนตรีสมัยใหม่ ส่วนหมอลำในฐานะศิลปะการแสดงสำคัญยังคงใช้ภาษาไทยถิ่นอีสานถ่ายทอดอารมณ์และความเชื่ออย่างลึกซึ้ง ด้านทัศนศิลป์สะท้อนผ่านสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น เช่น พระธาตุ เถียงนา เฮือน ล้วนสะท้อนวิถีชีวิตอีสาน ซึ่งแตกต่างกับงานวิจัยของนิศานาจ โสภาพล และไวกูณฐ์ ครองยุทธ (2566) ที่ศึกษาเรื่องเพลงลูกทุ่งอีสาน: ภาพตัวแทนสังคมวัฒนธรรมและกลวิธีการใช้ภาษา ซึ่งมีข้อค้นพบเกี่ยวกับภาพตัวแทนสังคมวัฒนธรรม 5 ด้านคือ ด้านครอบครัว ด้านอาชีพ ด้านศาสนาและความเชื่อ ด้านขนบธรรมเนียมประเพณีและด้านค่านิยม

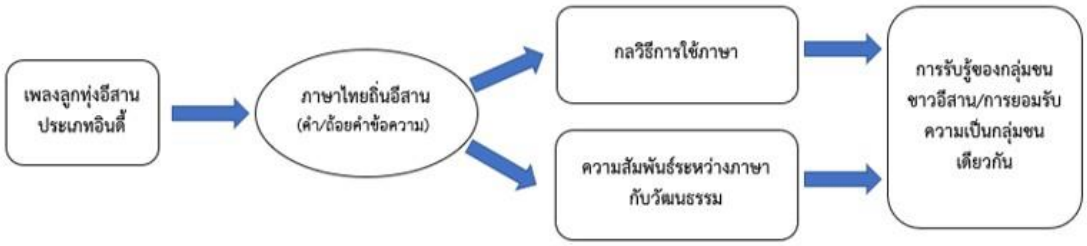
ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมสาขาการช่างฝีมือ พบว่า ภาษาไทยถิ่นอีสานในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ทำหน้าที่ทั้งด้านการสื่อสารและด้านสัญญะ (Symbolic Function) ที่สะท้อนคุณค่าของงานหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ซิ่น แห ดาง ไห และครก ซึ่งแสดงภูมิปัญญา วิถีชีวิต ความคิดสร้างสรรค์ของชาวอีสาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (2561) ที่จัดประเภทงานฝีมืออีสานไว้ ได้แก่ งานผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้าเป็นงานที่สร้างสรรค์ขึ้นจากเส้นใยด้วยกรรมวิธีการผลิต เช่น ทอ ถัก ปัก ตีเกลียว มัดหมี่ หรือกรรมวิธีอื่นที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า ประเภทเครื่องจักสานเป็นงานที่รังสรรค์จากวัตถุดิบ ด้วยกรรมวิธีในการผลิต เช่น จักตอก สาน ถัก ผูกรัด มัด ร้อย หรือกรรมวิธีอื่นที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องสาน และประเภทเครื่องปั้นดินเผาเป็นงานที่สร้างจากดินเป็นวัสดุหลัก ด้วยวิธีการปั้น ผึ่งแห้ง เผาเคลือบ หรือวิธีการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องปั้นดินเผา

ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมสาขาคหกรรมศิลป์ พบด้านอาหารที่มักใช้ถ้อยคำเกี่ยวกับข้าว อาหารตามฤดูกาล อาหารตามธรรมชาติ และอาหารหมักดองอย่างปลาแดก (ปลาร้า) ซึ่งแสดงถึงภูมิปัญญาและอัตลักษณ์อีสาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเนมิ อุณากรสวัสดิ์ (2564) ที่ศึกษาเรื่องนามอาหารไทย 4 ภาค : วัฒนธรรมอันสะท้อนวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งมีข้อค้นพบด้านวัฒนธรรมการทำอาหารว่าการถนอมอาหารใช้วิธีการหมักดอง ส่วนด้านเครื่องนุ่งห่มปรากฏทั้งเครื่องนุ่งห่มในชีวิตประจำวัน เช่น ซ่งยีน (กางเกงยีน) เสื้อยืด และเครื่องนุ่งห่มในเทศกาลและพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น ซิ่น (ผ้าถุง) ที่สะท้อนการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมพื้นบ้านกับแฟชั่นสมัยนิยม ส่วนด้านอาชีพพบถ้อยคำเกี่ยวกับอาชีพเกษตรกรรม เช่น การเลี้ยงสัตว์ การทำนาทำไร่ ซึ่งเป็นอาชีพ

รากฐานของสังคมชนบท และอาชีพอุตสาหกรรมในสังคมเมือง เช่น การทำงานโรงงานและใช้แรงงานที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการดิ้นรนและการปรับตัวของชาวอีสานยุคปัจจุบัน ดังนั้นความโดดเด่นของภาษาไทยถิ่นอีสานในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้คือการเป็นคลังภาษาทางวัฒนธรรมที่ผสานวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ของชาวอีสานไว้ด้วยกันอย่างแนบแน่น ทำหน้าที่เป็นตัวแทนทางวัฒนธรรม (Cultural Representation) ที่สะท้อนความเป็นอีสานได้อย่างชัดเจน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยนี้ ผู้วิจัย พบว่า ภาษาไทยถิ่นอีสานในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือและสื่อกลางที่บูรณาการกลวิธีการใช้คำและภาษาวรรณศิลป์เพื่อเชื่อมโยงและถ่ายทอดวัฒนธรรมพื้นบ้านอีสานได้ดีในยุคดิจิทัลผ่านรูปแบบคำสำคัญ (Keyword) ภายใต้ข้อจำกัดของการประพันธ์เพลงแม้ผู้ประพันธ์มิได้อธิบายรายละเอียดของวัฒนธรรมแต่สามารถสื่อสารแก่นสาระสำคัญผ่านถ้อยคำที่กระชับสอดคล้องกับท่วงทำนองดนตรี และยังทำหน้าที่ได้ดีในการสนับสนุน อนุรักษ์ และสืบต่ออัตลักษณ์ท้องถิ่นอีสานต่อไปในอนาคต ทั้งนี้ วัฒนธรรมที่ปรากฏส่วนใหญ่เป็นวัฒนธรรมสำคัญที่ยังคงดำรงอยู่ในสังคมอีสานภายใต้บริบทโลกยุคดิจิทัลในปัจจุบัน และสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างเด่นชัด แสดงได้ดังแผนภาพที่ 5



แผนภาพที่ 5 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากแผนภาพที่ 5 แสดงให้เห็นว่าเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ถูกกำหนดให้เป็นภาษาสมัยใหม่ด้วยกรอบของความทันสมัยในยุคดิจิทัล หากแต่เนื้อหาหรือแก่นสาระของบทเพลงกลับยังคงไว้ซึ่งความดั้งเดิม ความมั่นคงในอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมดั้งเดิมภายใต้สังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว หากแต่แสดงถึงความเป็นปึกแผ่นมั่นคงของสถาบันครอบครัวผ่านสัญลักษณ์ที่ส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมทั้ง 4 สาขา ทำให้เกิดการต่อยอดจากอัตลักษณ์ดั้งเดิมผ่านการรวมหมู่เป็นกลุ่มก้อนเดียวกันคือความเป็นชาวอีสานที่ยึดมั่นในวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกโหยหาหรือคิดถึงอดีต (Nostalgia) เพื่อสร้างความมั่นคงในจิตใจภายใต้ความบันเทิงของบทเพลง

สรุป

ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้นั้นปรากฏกลวิธีการใช้ภาษาระดับคำมี 5 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำภาษาไทยถิ่นอีสาน การใช้คำซ้ำ การใช้คำซ้อน การใช้คำที่มาจากภาษาอังกฤษ และการใช้คำภาษาปาก ส่วนกลวิธีการใช้ภาษาวรรณศิลป์ 3 ลักษณะ

ได้แก่ การใช้ผญาหรือภาษิตอีสาน การใช้ภาพพจน์ และการพรรณนา โดยกลวิธีการใช้ภาษาเหล่านี้แสดงถ้อยคำซึ่งมีความสัมพันธ์กันระหว่างภาษากับวัฒนธรรม ทำให้ทราบความสัมพันธ์กับวัฒนธรรม 4 สาขา ประกอบด้วย วัฒนธรรมสาขามนุษยศาสตร์ ได้แก่ ด้านประเพณี ด้านพระพุทธศาสนา และด้านความเชื่อ วัฒนธรรมสาขาศิลปะ ได้แก่ ด้านวรรณกรรม ด้านศิลปะการแสดง และด้านทัศนศิลป์ วัฒนธรรมสาขาการช่างฝีมือ ได้แก่ ด้านการทอผ้า การจักสาน และด้านเครื่องปั้นดินเผา และวัฒนธรรมสาขาคหกรรมศิลป์ ได้แก่ ด้านอาหาร เครื่องนุ่งห่ม และด้านอาชีพ ซึ่งแสดงถึงบทบาทและหน้าที่ของภาษาไทยถิ่นอีสานผ่านแนวคิด ค่านิยม จารีตประเพณีอีสานที่ยังคงคุณค่าอย่างลึกซึ้งซึ่งปรากฏอยู่ในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ที่ราวกับจะมุ่งเน้นความอิสระผ่านความบันเทิงและความสนุกสนานเพลิดเพลิน หากแต่นำไปสู่ความน่าสนใจในประเด็นเกี่ยวกับการศึกษาเนื้อหาของเพลงลูกทุ่งอีสานอินดี้อย่างถ่องแท้ในแก่นสาระที่เป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นอีสานได้อย่างครบถ้วนและเป็นระบบ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาภาษาในบริบทของสังคมยุคปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า เพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลคำศัพท์ การอธิบายคำศัพท์ และสำนวนในภาษาไทยถิ่นอีสานอย่างมีระบบ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานและสังคมต่อไป

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า กลวิธีการใช้ภาษาเป็นสื่อที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอีสาน เพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้จึงเป็นสื่อสะท้อนในการบ่มเพาะความรักษ์ถิ่นฐาน สร้างความภาคภูมิใจ อันนำไปสู่การอนุรักษ์วัฒนธรรมอีสาน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการอนุรักษ์วัฒนธรรมอีสานให้คงอยู่

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยครั้งนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญ คือกลวิธีการใช้ภาษาและความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาวิจัยตัวบทจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทอื่น โดยการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บตัวอย่างจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทยูทูบ สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ การศึกษากลุ่มตัวอย่างจากเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น ๆ เช่น เพลงฮิตติดชาร์จรายการวิทยุลูกทุ่งมหานคร (FM 95) หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทจูกซ์ (Joox) อาจทำให้ได้ผลการศึกษาในประเด็นที่แตกต่างกัน

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุษฎีนิพนธ์เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับวัฒนธรรมในเพลงลูกทุ่งอีสานประเภทอินดี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2561). *มรดกภูมิปัญญาอีสาน.* กระทรวงวัฒนธรรม.

คณะกรรมการสารานุกรมไทยภาคอีสาน. (2542). *สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคอีสาน เล่ม* 8. มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย ธนาคารไทยพาณิชย์.

คณาจารย์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2551). *วัฒนธรรมไทย.* มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

จารุบุตร เรืองสุวรรณ. (2549). *ของดีอีสาน.* พิมพลักษณ์.

จิรวัฒน์ เพชรรัตน์ และอัมพร ทองใบ. (2555). *ภาษาต่างประเทศในภาษาไทย.* โอเดียนสโตร์.

จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ และบาหยัน อิ่มสำราญ. (2556). *ภาษากับการสื่อสาร.* มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ดวงใจ ไทยอุบุญ. (2549). *ทักษะการเขียนภาษาไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดียู ศรีนราวัฒน์. (2558). *ภาษาและภาษาศาสตร์.* สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิศานาจ โสภาพล และไวกูณฐ์ ครองยุทธ. (2566). เพลงลูกทุ่งอีสาน: ภาพตัวแทนสังคมวัฒนธรรมและกลวิธีการใช้ภาษา. *วารสาร มจร พุทธศาสตร์ปริทรรศน์, 7(3).* 31-43. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jmb/article/view/268669/181115

เนมิ อุณากรสวัสดิ์. (2564). นามอาหารไทย 4 ภาค: วัฒนธรรมอันสะท้อนวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น. *วารสาร มจร บาฬีศึกษาพุทธโฆสปริทรรศน์, 7(3),* 1-14. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Palisueksabuddhaghosa/article/view/250950

บรรจบ พันธุเมธา. (2555). *ลักษณะภาษาไทย.* สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บุญยงค์ เกศเทศ. (2551). *ชีวิตไทย ชุดบูชาพญาแถน* (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม.

ประชิด สกุณะพัฒน์ และอุดม เชยกีวงศ์. (2548). *ของดี 4 ภาค ชุดภาคอีสาน (ตะวันออกเฉียงเหนือ).* ภูมิปัญญา.

ประภาศรี สีหอำไพ. (2550). *วัฒนธรรมทางภาษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย. (2562, 23 พฤศจิกายน). *อีสานฟีเวอร์ จากวิถีม่วนซื่นสู่อุตสาหกรรมระดับชาติ.* Creative Economy Agency. https://www.cea.or.th/en/single-statistic/ISAN-FEVER

รัฐวรรณ จุฑาพานิช. (2547). เพลงลูกทุ่งที่ได้รับความนิยมระหว่างปี พ.ศ. 2544-2545 : การศึกษาเนื้อหา ภาษา และภาพสะท้อนสังคม. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14458/UTCC.the.2004.15

ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554.* นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

เรืองเดช ปันเขื่อนขัติย์. (2554). *ภาษาศาสตร์ภาษาไทย.* โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

วิไลศักดิ์ กิ่งคำ. (2560). *ภาษาไทยถิ่น.* สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วีรวงศ์, สมเด็จพระมหา. (2515). *พจนานุกรมภาคอีสาน ภาคกลาง.* ไทยวัฒนาพานิช.

ศิริพร กรอบทอง. (2547). *วิวัฒนาการเพลงลูกทุ่งในสังคมไทย.* พันธกิจ.

สมเกียรติ รักษ์มณี. (2551). *ภาษาวรรณศิลป์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สายน้ำใจ.

สวิง บุญเจิม. (2536). *ตำรามรดกอีสาน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). อิสาณออฟเซทการพิมพ์.

สิริชญา คอนกรีต. (2560). กลวิธีทางภาษาในเพลงลูกทุ่งเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์และการเมืองเชิงวัฒนธรรมของคนอีสานพลัดถิ่น. *วารสาร Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 10(2),* 1577-1588. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/99601

สุจริต เพียรชอบ. (2540). *ศิลปะการใช้ภาษา.* สถาบันภาษาไทย กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.

สุทิน วรรณบวร. (2560). *ศิลปะการใช้ภาษา.* สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุวรรณา ตั้งทีฆะรักษ์. (2552). *ภาษาและวัฒนธรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 8). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อุดมธีรคุณ, พระ. (2563). ภาษาและวัฒนธรรม: ความหมาย ความสำคัญ และความสัมพันธ์ ระหว่างกัน. *วารสารมหาจุฬาวิชาการ, 7(2),* 60-61. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JMA/article/download/241724/166461

Kramsch, C. (1998). *Language and culture.* Oxford University Press.

ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีมบริษัทซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด

MOTIVATIONAL FACTORS AFFECTING THE COMMITMENT OF TEAM LEDERS ZHULIAN (THAILAND) CO., LTD.

ฉัตรชนก กระจับนาค และสุจิตรา แนใหม่*
Chatchanok Kajabnark and Sujitra Naemai*
คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี
Faculty of Business Administration and Accounting Pathumthani University
*Corresponding Author E-mail: sujitanaemai@gmail.com
Received March 13, 2025; **Revised** November 21, 2025; **Accepted** November 21, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด 1. เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีมซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด 2. เพื่อศึกษาปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีมซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด 3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานที่ปฏิบัติงานของแม่ทีมซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด รวมทั้งสิ้น 369 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามสำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ผลการศึกษาพบว่า

1. ระดับความสำคัญของปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด อยู่ในระดับมาก และปัจจัยค้ำจุนอยู่ในระดับมาก

2. ระดับความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ผลการทดสอบสมมติฐานยอมรับปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน (β=0.497) ลักษณะงานที่ทำ (β=.225) และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (β=.241) ผลการทดสอบสมมติฐาน คุณภาพของการบังคับบัญชา (β=-0.078) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวก (β= -0.475) และเงินเดือน (β = -0.271)

4. ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจัยจูงใจด้านความสำเร็จในการทำงาน พบว่า มีความสัมพันธ์กันกับความผูกพันของแม่ทีม ผลการวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีมมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซู เลียน (ประเทศไทย) จำกัด มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

คำสำคัญ: ปัจจัยจูงใจ, ความผูกพัน, แม่ทีม, บริษัทซูเลียน

Abstract

This research study on the motivating factors affecting the team leader's commitment of Zulian (Thailand) Co., Ltd. has objectives to 1. study the motivating factors affecting the team leader's commitment of Zulian (Thailand) Co., Ltd., 2. study the supporting factors affecting the team leader's commitment of Zulian (Thailand) Co., Ltd. and 3. study the suggestions for creating effective motivation for 369 employees working at Zulian (Thailand) Co., Ltd., The research instrument was a questionnaire and used percentage, mean, standard deviation, and multiple regression correlation coefficient were used for statistical analysis. The obtained data were analyzed using SPSS for Windows.

The research results showed that

1. The results of the analysis of the importance of motivational factors affecting team leader's commitment at Sulian (Thailand) Co., Ltd revealed that the average motivational factors were at a high level and the supporting factors were at a high level.

2. The results of the analysis of the importance of team leader's commitment to the organization at Sulian (Thailand) Co., Ltd revealed that the average values of all aspects were at the highest level.

3. The results of the hypothesis testing accepted the motivational factors of affecting team leader's commitment, including achievement in (β=0.497), nature of worked (β=.225), and career advancement (β=.241). The results of the hypothesis testing showed that quality of supervision (β=-0.078), relationship with coworkers for positive correlation coefficient (β= -0.475), and salary (β = -0.271)

4. Motivational factors affecting team leader commitment, Sulian (Thailand) Co., Ltd. Motivational factors in terms of work success revealed that there is a relationship with team leader commitment. The analysis of motivational factors affecting team leader commitment has a fairly high relationship. Motivational factors affecting team leader commitment, Sulian (Thailand) Co., Ltd., have very high relationship.

Keywords: Motivation factor, Commitment, Team leader, Sulian

บทนำ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นกระบวนงานที่ทุกองค์การให้ความสำคัญ เพราะประสิทธิภาพหรือคุณภาพของงานขึ้นอยู่กับทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักที่จะทำให้องค์การประสบความสำเร็จ องค์การจึงต้องบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิผล ด้วยความเสมอภาคและมีจริยธรรมเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานมีพึงพอใจและมีความสุขในการทำงาน ปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพ อันเป็นผลทำให้องค์การประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ สิ่งสำคัญประการหนึ่งใน

กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์คือ การส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงาน เกิดความรักความผูกพันต่อองค์การ เพราะความรู้สึกผูกพันต่อองค์การของผู้ปฏิบัติงาน คือ การเต็มใจที่จะยอมเสียสละเพื่อองค์การความทุ่มเทแรงกายแรงใจความจงรักภักดีความรู้สึกภาคภูมิใจในการเป็นกำลังสำคัญส่วนหนึ่งขององค์การความศรัทธาต่อองค์การ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นผลทำให้บุคลากรหรือผู้ปฏิบัติงานต้องการอยู่เพื่อขับเคลื่อนงานให้กับองค์การตลอดไป (เดือนเพ็ญ สาสังข์ และศรีรัฐ โกวงศ์, 2556)

การสร้างแรงจูงใจในองค์กรมีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุง เปลี่ยนแปลง พัฒนาองค์กรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน โดยการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรควรทำให้เกิดขึ้น เพื่อทำให้เจ้าหน้าที่มีความตั้งใจในการปฏิบัติงานให้กับองค์กรได้ในระยะยาว ด้วยความเต็มใจทำให้งานสำเร็จลุล่วงด้วยดีและทำให้ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ประกอบกับการส่งเสริมให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรอย่างมีคุณค่า และเกิดประสิทธิผลในระยะยาว เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์เมื่อได้รับการตอบสนองที่ทำให้เกิด ความพึงพอใจก็จะแสดงพฤติกรรมในทางบวก (จุฑามาศ ทันธิกุล และชลภัสสรณ์ สิทธิวรงค์ชัย, 2560)

ทางผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลทำให้พนักงานเกิดความผูกพัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาพนักงานและองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีมซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีมซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะแนวทางในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงานที่ปฏิบัติงานของแม่ทีมซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์

ทฤษฎีการจูงใจทางสังคมของเฟดเดอริกเฮอร์ซเบอร์ก FREDERICK HERZBERG (สมยศ นาวีการ. 2540, น. 148-150) ซึ่งสรุปว่ามีปัจจัยสำคัญ 2 ประการ ที่สัมพันธ์กับความชอบหรือไม่ชอบในงานของแต่ละบุคคล กล่าวคือ

1. ปัจจัยจูงใจ (MOTIVATION FACTOR)

ปัจจัยจูงใจเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานโดยตรง เพื่อจูงใจให้คนชอบและรักงานปฏิบัติเป็นการกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจในองค์การ ให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในตัวบุคคลด้วยกัน ได้แก่

1.1 ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้นและประสบความสำเร็จอย่างดี เป็นความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้น เมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพึงพอใจและปลาบปลื้มในผลสำเร็จของงานที่ทำ

1.2 การได้รับการยอมรับนับถือ หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชาการยอมรับนี้ถือว่าอยู่ในการยกย่องชมเชยแสดงความยินดี การให้กำลังใจหรือการแสดงออกอื่นใดที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ เมื่อได้ทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จการยอมรับนับถือจะแฝงอยู่กับความสำเร็จในงานด้วย

1.3 ลักษณะของงานที่ปฏิบัติ หมายถึง งานที่น่าสนใจงานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ท้าทายให้ต้องลงมือทำ หรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพังแต่ผู้เดียว

1.4 ความรับผิดชอบ หมายถึง ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างดี ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด

1.5 ความก้าวหน้า หมายถึง ได้รับการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นของบุคคลในองค์การ การมีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมหรือได้รับการฝึกอบรม

2. ปัจจัยค้ำจุน (MAINTENANCE FACTOR)

ปัจจัยค้ำจุนหรืออาจเรียกว่า ปัจจัยสุขอนามัย หมายถึง ปัจจัยที่จะค้ำจุนให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลที่มีอยู่ตลอดเวลา ถ้าไม่มีหรือมี ในลักษณะไม่สอดคล้องกับบุคคลในองค์การ บุคคลในองค์การจะเกิดความไม่ชอบงานที่ทำและปัจจัยที่มาจากภายนอกบุคคล ได้แก่

2.1 เงินเดือน หมายถึง เงินเดือนและการเลื่อนขั้นเงินเดือนในหน่วยงานนั้น ๆ เป็นที่พอใจของบุคลากรในองค์การ

2.2 โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต นอกจากจะหมายถึง การที่บุคคลได้รับการแต่งตั้งเลื่อนตำแหน่งภายในหน่วยงานแล้ว ยังหมายถึงสถานการณ์ที่บุคคลสามารถได้รับความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพอีกด้วย

2.3 ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน หมายถึง การติดต่อไปไม่ว่าเป็นกิริยา หรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกัน และมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดี

2.4 สถานะของอาชีพ อาชีพหมายถึง อาชีพนั้นเป็นที่ยอมรับนับถือของสังคมที่มีเกียรติและศักดิ์ศรี

2.5 นโยบายและการบริหารงาน หมายถึง การจัดการและการบริหารองค์การการติดต่อสื่อสารภายในองค์การ

2.6 สภาพการทำงาน หมายถึง สภาพทางกายภาพของงาน เช่น แสง เสียง อากาศ รวมถึงชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะของสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ อีกด้วย

2.7 ความเป็นอยู่ส่วนตัว หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีอันเป็นผลที่ได้รับจากงานในหน้าที่ของเขาไม่มีความสุข และพอใจกับการทำงานในแห่งใหม่

2.8 ความมั่นคงในการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงในการทำงาน ความยั่งยืนของอาชีพ หรือความมั่นคงขององค์การ

2.9 วิธีการปกครองของผู้บังคับบัญชา หมายถึง ความสามารถของผู้บังคับบัญชาในการดำเนินงานหรือความยุติธรรมในการบริหาร

ดังนั้นในการศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจของ เฮอร์ซเบอร์ก (HERZBERG) เป็นการศึกษาเพื่อที่จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงานนั้นมี 2 ปัจจัยคือปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ซึ่งทฤษฎีที่สามารถจัดองค์ประกอบแรงจูงใจได้อย่างชัดเจนและครอบคลุม คือ ทฤษฎีแรงจูงใจของเฮอร์ซเบอร์ก ซึ่งทางผู้วิจัยมีความสนใจและใช้ทฤษฎีนี้เป็นแนวทางในการศึกษา เนื่องจากเมื่อบุคคลเกิดความพึงพอใจในปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้แล้ว ก็จะทำให้พวกเขาเกิดแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งเมื่อเกิดแรงจูงใจในการทำงานแล้วพวกเขาก็จะทำงานโดยไม่เห็นแก่ความเหน็ดเหนื่อย เพื่อความสำเร็จตาม

วัตถุประสงค์ขององค์การ ซึ่งเมื่อพวกเขาเกิดความรู้สึกเหล่านี้แล้วก็จะกลายเป็นความจงรักภักดี ต่อองค์การ และสั่งสมจนกลายเป็นความผูกพันต่อองค์กรต่อไปจนไม่คิดที่จะลาออกไปทำงานที่อื่น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความผูกพันของพนักงาน

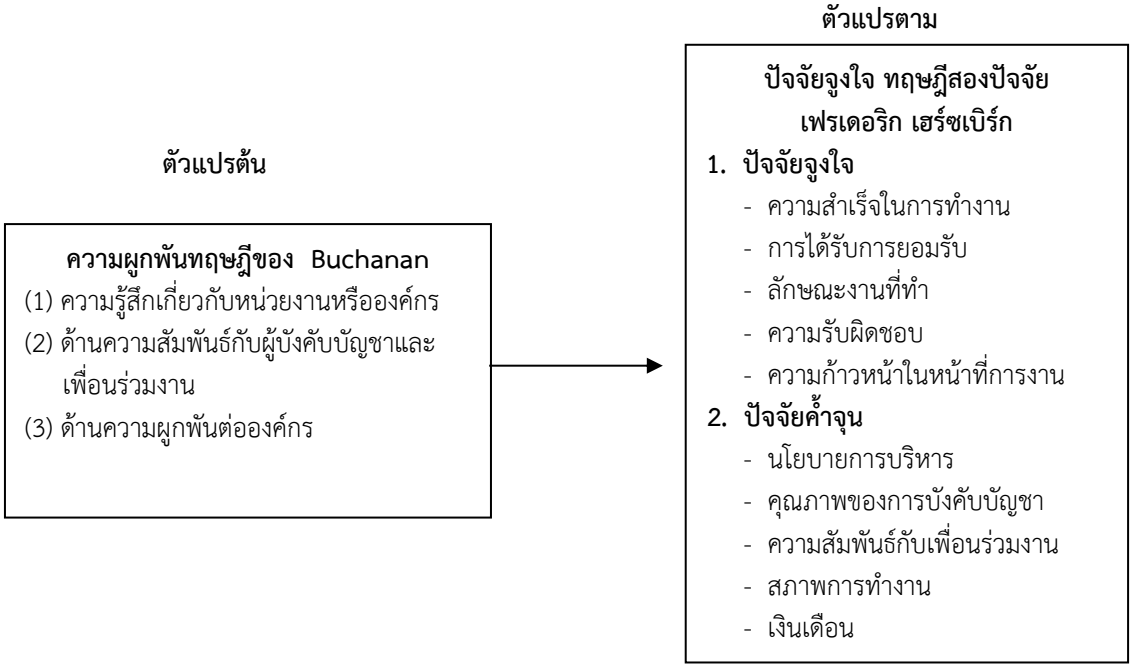
ความหมายของความผูกพันของพนักงาน รุ่งโรจน์ อรรถานิทธิ์ (2554) ได้ให้ความหมายของความผูกพันของพนักงานไว้ว่าความผูกพัน ของพนักงาน คือกระบวนการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ภายในองค์การ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการบริหาร จัดการสร้างและพัฒนาระบบทรัพยากรมนุษย์ โดยมีเป้าหมายหลักคือเพื่อให้พนักงานเกิดความพึงพอใจ มีความสุข มีโอกาสในการพัฒนาตนเอง และมีความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์การต่อไปให้นานที่สุด

Kahn (1990) ได้ให้ความหมายของความผูกพัน (Engagement) ไว้ว่า เป็นการควบคุม ตนเองของพนักงานในการทำงานกับองค์การ พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์การจะแสดงตัวตนด้วยการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ทั้งทางด้านร่างกาย ความคิด และจิตใจ โดยความรู้สึกผูกพันนี้เป็นสภาวะทางจิตใจซึ่งมีลักษณะเป็นความตั้งใจ (Attentiveness) เชื่อมโยง (Connected) บูรณาการ (Integrated) และมุ่งเน้น (Focused) อยู่กับบทบาทหน้าที่งานของตน ซึ่งพนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์การจะ ทุ่มเททำงานโดยไม่ต้องมีผู้ควบคุม และตั้งใจทำงานตามบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบอย่างเต็มที่ โดยทุ่มเททั้งแรงกาย แรงใจ และสติปัญญา เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น

Byrne (2015) ได้กล่าวถึงความผูกพันของพนักงานไว้ว่า ความผูกพันของพนักงานเป็นสภาวะที่บุคคลมีการแสดงออกทางจิตวิทยาและมีการกระตุ้นด้านการทำงานของร่างกาย ซึ่งมุ่งเน้นและสอดคล้องกับเป้าหมายของงานและองค์การ จึงมีการควบคุมอารมณ์และความคิดของตนเพื่อเปลี่ยนงานที่ทำไปสู่ความสำเร็จอันมีความหมายและมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน อีกทั้งความผูกพันของพนักงานเป็นสภาวะของแรงจูงใจ โดยความผูกพันของพนักงานในแต่ละองค์การค่อนข้างใกล้เคียงกัน แต่การปรากฏและการพัฒนาให้เกิดความผูกพันของพนักงานนั้นแตกต่างกัน นอกจากนั้นความผูกพันของพนักงานเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้แต่สามารถที่จะคาดการณ์ได้จากการแสดงออกทางอารมณ์ การบอกเล่าเกี่ยวกับงาน และพฤติกรรมที่พนักงานแสดงออกว่าพนักงานนั้นมีความผูกพันหรือไม่

จากความหมายของความผูกพันของพนักงาน สรุปได้ว่า ความผูกพันของพนักงาน หมายถึง การที่พนักงานมีทัศนคติและความรู้สึกที่ดีต่อองค์การ มีความรู้สึกเป็นอันหนึ่ง อันเดียวกันกับองค์การ จึงส่งผลให้พนักงานแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรม ได้แก่ การบอกเล่า เกี่ยวกับงานหรือองค์การในทางที่ดีการมีส่วนร่วม การทำงานอย่างมุ่งมั่นทุ่มเทเพื่อความสำเร็จของ องค์การ และการปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์การต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ถูกสุ่มเลือก โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ที่เกี่ยวข้อง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ได้แก่ บริษัทเปิดศูนย์จำนวน 162 แห่ง รวมจำนวนประชากร ทั้งสิ้น 162 แห่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งสุ่มมาเป็นตัวอย่างและกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรใช้สูตรของ W.G. Cochran รวมทั้งสิ้น 369 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด และสอบถามปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ของลิเคอร์ท (Likert)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิหรือข้อมูลเบื้องต้น (Primary Data) ผู้วิจัยติดต่อประสานงานออกหนังสือคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี ถึงบริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษา แจกแบบสอบถามโดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง

2) ข้อมูลทุติยภูมิหรือข้อมูลสำเร็จ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมและค้นคว้าจากหนังสือ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากห้องสมุดและอินเทอร์เน็ต

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Windows ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลความผูกพันของแม่ทีม ของ บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด รายด้านโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นตารางประกอบการบรรยาย และการแปลผล 5 ระดับ

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม ของ บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด รายด้านการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียรสัน (Pearson Correlation Coefficient) ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงการสรุปรวมผลเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด

ความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความผูกพัน	ลำดับ
1. ความรู้สึกเกี่ยวกับหน่วยงานหรือองค์กร	4.69	0.41	มากที่สุด	1
2. ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน	4.48	0.59	มาก	3
3. ความผูกพันต่อองค์กร	4.67	0.46	มากที่สุด	2
รวมค่าเฉลี่ยด้านความผูกพัน	**4.61**	**0.49**	**มากที่สุด**	

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความรู้สึกเกี่ยวกับหน่วยงานหรือองค์กร มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ความผูกพันต่อองค์กร และด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด	ความผูกพันต่อองค์กร				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig
	B	SE	β	t	
ปัจจัยจูงใจ (ของ Frederick Herzberg)					
ค่าคงที่ (Constant)	1.211	0.88		13.834**	0.000
ความสำเร็จในการทำงาน	0.497	0.030	0.670	16.736**	0.000
การได้รับการยอมรับ	-0.218	0.029	-0.297	-7.464**	0.000
ปัจจัยค้ำจุน					
ลักษณะงานที่ทำ	0.225	0.032	0.266	6.995**	0.000
ความรับผิดชอบ	0.015	0.041	0.018	0.364	0.716
ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	0.241	0.027	0.336	9.005**	0.000
ค่าคงที่ (Constant)	1.585	0.091		17.326**	0.000
นโยบายการบริหาร	0.033	0.018	0.016	1.833	0.068
คุณภาพของการบังคับบัญชา	-0.078	0.034	-0.127	-2.266**	0.024
ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	0.475	0.035	0.677	13.653**	0.000
สภาพแวดล้อมการทำงาน	-0.029	0.031	-0.039	-0.963	0.336
เงินเดือน	0.271	0.022	0.427	12.292**	0.000
R=.942 R^2 =.888 Adjusted R^2 = .885 Std. Error of the Estimate = .15263 F = 284.311 Sig = .000					

** Sig. < .05

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัดพบว่า การทดสอบสมมติฐานยอมรับปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม ได้แก่ ด้านความสำเร็จ (β = 0.497) ค่า Sig= .000 Sig <.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การได้รับการยอมรับ (β = -.218) ค่า Sig= .000 Sig < .05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลักษณะงานที่ทำ (β = .225) ค่า Sig = .000 Sig < .05 และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (β=.241) ค่า Sig = .000 Sig < .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทนพ เข็มเพชร และพบสุข ชำชอง. (2561). ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในกลุ่ม Generation Y: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม” พบว่า ความสำเร็จในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสายสนับสนุนในกลุ่ม Generation Y: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผลการทดสอบสมมติฐานยอมรับปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม ได้แก่ ด้านคุณภาพของการบังคับบัญชา ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวก (β = -0.078) ค่าSig = .000 Sig< .05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

เชิงบวก (β= -0.475) ค่า Sig = .000 Sig < .05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านเงินเดือน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวก (β= -0.271) ค่า Sig = .000 Sig < .05

ปัจจัยจูงใจที่ไม่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม ปัจจัยจูงใจด้านลักษณะงานที่ทำ (β= 0.015) ค่า Sig = .716 Sig< .05 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับระดับ .05 ปัจจัยค้ำจุนด้านนโยบายการบริหาร (β= 0.033) ค่า Sig = .068 Sig< .05 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับระดับ .05 และ ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน (β = -0.029) ค่า Sig = .336 Sig< .05 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับระดับ .05

ตารางที่ 3 แสดงหลังสรุปภาพรวมการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียรสัน (Pearson Correlation Coefficient) ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	การแปลความหมายความสัมพันธ์
ปัจจัยจูงใจ		
1. ความสำเร็จในการทำงาน	0.813	สูงมาก
2. การได้รับการยอมรับ	0.624	ค่อนข้างสูง
3. ลักษณะงานที่ทำ	0.706	ค่อนข้างสูง
4. ความรับผิดชอบ	0.756	ค่อนข้างสูง
5. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	0..797	ค่อนข้างสูง
ปัจจัยค้ำจุน		
6. นโยบายการบริหาร	0.606	ปานกลาง
7. คุณภาพของการบังคับบัญชา	0.730	ค่อนข้างสูง
8. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	0.813	สูงมาก
9. สภาพแวดล้อมการทำงาน	0.639	ค่อนข้างสูง
10. เงินเดือน	0.742	ค่อนข้างสูง

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัดของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจัยจูงใจ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ผลวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันกับความผูกพันของแม่ทีม ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีมด้านความสำเร็จในการทำงานมีค่าสัมประสิทธิ์ (Pearson Correlation Coefficient) หรือค่า r ที่ 0.813 ซึ่งทำให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ด้านการได้รับการยอมรับ ลักษณะงานที่ทำ ความรับผิดชอบความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งทำให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง

ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจัยค้ำจุนด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ผลวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันกับความผูกพันของแม่ทีม ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีมด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีค่าสัมประสิทธิ์ (Pearson Correlation Coefficient) หรือค่า r ที่ 0.813 ซึ่งทำให้เห็นว่า

มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ด้านคุณภาพการบังคับบัญชา ด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน ด้านเงินเดือนมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง และนโยบายการบริหาร มีความสัมพันธ์ปานกลาง

การอภิปรายผล

การอภิปรายผลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามของปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลระดับความสำคัญของความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กรของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความรู้สึกเกี่ยวกับหน่วยงานหรือองค์กร มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ความผูกพันต่อองค์กร และด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิศาชล ภูมิพื้นผล (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัท เดลแมกซ์ แมชินเนอรี่ จำกัด พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรในด้านบรรทัดฐาน มีความสัมพันธ์ต่อการคงอยู่ในงานของพนักงาน ที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

2. ผลการทดสอบสมมติฐานผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด

ผลการทดสอบสมมติฐานยอมรับปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม ได้แก่ ด้านความสำเร็จในการ (β=0.497)ค่า Sig=.000 Sig<.05อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การได้รับการยอมรับ (β=-.218) ค่า Sig=.000 Sig<.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลักษณะงานที่ทำ (β=.225) ค่า Sig=.000 Sig<.05 และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (β=.241) ค่า Sig= .000 Sig <.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทนพ เข็มเพชร และพบสุข ช่ำชอง. (2561) ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในกลุ่ม Generation Y: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม” พบว่า ความสำเร็จในการทำงานส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสายสนับสนุนในกลุ่ม Generation Y: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผลการทดสอบสมมติฐานยอมรับปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม ได้แก่ ด้านคุณภาพของการบังคับบัญชา ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวก (β= -0.078) ค่า Sig=.000 Sig<.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวก (β= -0.475) ค่า Sig=.000 Sig<.05 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านเงินเดือน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวก (β= -0.271) ค่า Sig=.000 Sig<.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีกมน จินตนานนท์ (2557) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน วัฒนธรรมองค์กรที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการสำนักงานสรรพากรพื้นที่นครปฐม” พบว่า ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

ผลการทดสอบสมมติฐานไม่ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยจูงใจที่ไม่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม ปัจจัยจูงใจ ด้านลักษณะงานที่ทำ (β= 0.015) ค่า Sig = .716 Sig< .05 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับระดับ .05 ปัจจัยค้ำจุน ด้านนโยบายการบริหาร (β= 0.033) ค่า Sig =.068 Sig< .05 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับระดับ .05 และด้านสภาพแวดล้อมการทำงาน (β= -0.029) ค่า Sig=.336 Sig < .05 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุรดี ฤทัยธรรม (2562) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท ซัมมิทแหลมฉบัง โอโต บอดี้ เวิร์ค จำกัด จากการศึกษาพบว่าด้านลักษณะงานไม่ส่งผลต่อความผูกพันขององค์กรของพนักงาน บริษัท ซัมมิทแหลมฉบัง โอโต บอดี้ เวิร์ค จำกัด เนื่องจากลักษณะของงานจะสะท้อนถึงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคน ซึ่งงานในแต่ละงานบริษัทจะมีการพิจารณาถึงคุณสมบัติและความสามารถของผู้ปฏิบัติงานเป็นหลักอยู่แล้วจึงไม่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

3. ผลการการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียรสัน (Pearson Correlation Coefficient) ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด

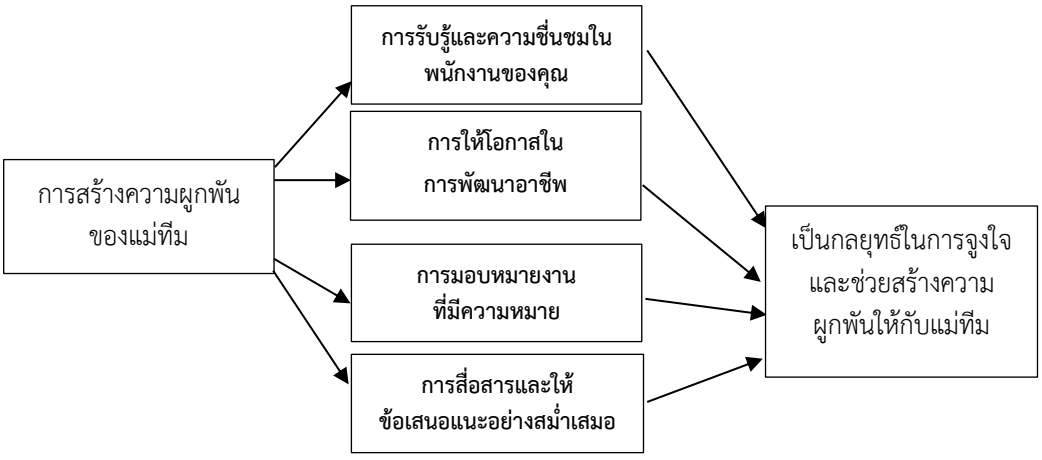
ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจัยจูงใจด้านความสำเร็จในการทำงาน ผลวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันกับความผูกพันของแม่ทีม ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีมด้านความสำเร็จในการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์ (Pearson Correlation Coefficient) หรือค่า r ที่ 0.813 ซึ่งทำให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ด้านการได้รับการยอมรับ ลักษณะงานที่ทำ ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งทำให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สายหยุด อมรลักษณ์ (2560) กล่าวว่าความมีอิสระในการทำงานเป็นลักษณะทำให้พยาบาลเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานโดยตรง และเป็นสิ่งจูงใจให้พยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์กรมหาชน) เกิดความพึงพอใจในการทำงานสามารถทำงานให้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับงาน และรู้จักป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ อิสระในการทำงานเป็นการได้รับสิทธิเสรีภาพในการทำงานภายใต้ขอบเขต หน้าที่รับผิดชอบ เช่น การมีอิสระในการใช้ดุลพินิจในการทำงานและมีโอกาสสามารถทำงานและมีโอกาสใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจัยค้ำจุนด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ผลวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันกับความผูกพันของแม่ทีม ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีมด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีค่าสัมประสิทธิ์ (Pearson Correlation Coefficient) หรือค่า r ที่ 0.813 ซึ่งทำให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ด้านคุณภาพการบังคับบัญชา ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานด้านเงินเดือนมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง และนโยบายการบริหาร มีความสัมพันธ์ปานกลาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ แคช และคาชน์ (Katz; Kahn. 1966) พบว่า ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานเป็นปัจจัยที่ช่วยลดการขาดงานและการลาออกจากงานได้ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มผลผลิตและคุณภาพของงานได้อีกด้วย และสอดคล้องกับวิจัย วารุณี มิลินทปัญญา (2561) กล่าวว่า ปัจจัยค้ำจุนด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชา/หัวหน้างาน มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันองค์กร ก่อให้เกิด

ความพึงพอใจในงานกับการคงอยู่ในงาน ในด้านผู้บังคับบัญชาให้ความยุติธรรมในการปฏิบัติกับผู้ใต้บังคับบัญชาทุกระดับอย่างเสมอภาค ผู้บังคับบัญชาเปิดโอกาสให้คำปรึกษาปัญหาการปฏิบัติงาน พร้อมให้คำแนะนำเป็นปัจจัยที่มีค่าในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นบุคลากรโรงพยาบาลมหาวิทยาลัย และสอดคล้องกับวิจัยของ เบญญาภา นวลรอด (2563) ปัจจัยค้ำจุนด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ คือ ผลประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่องค์กรมอบแก่พนักงาน เพื่อเป็นการตอบแทนในการปฏิบัติงาน รวมทั้งเป็นดูแลคุณภาพชีวิตของพนักงาน เช่น เงินเดือน ค่าตอบแทน และสวัสดิการตามที่องค์กรกำหนด

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การทำงานที่มีประสิทธิภาพในความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานในองค์กรก็มีส่วนในการสร้างความผูกพันต่อแม่ทีม ไม่เพียงแต่ค่าตอบแทนทางการเงิน แต่ยังรวมถึงการยอมรับและการให้รางวัลในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การรับรู้และความชื่นชมในพนักงานของคุณ รางวัลที่ไม่ใช่ตัวเงินที่มีประสิทธิผลมากที่สุดประการหนึ่งคือการตระหนักรู้และเห็นคุณค่าในความพยายามของพนักงานของคุณ การให้โอกาสในการพัฒนาอาชีพ การลงทุนเพื่อการเติบโตและการพัฒนาในการทำงานของพนักงาน ช่วยทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานและทำงานกับบริษัทได้นานมากขึ้น การมอบหมายงานที่มีความหมาย พนักงานจะทำงานได้ดี และทำงานกับบริษัทของคุณได้นาน หากเขามีส่วนร่วมในงานที่มีความหมายและยิ่งหากเป้าหมายส่วนตัวของเขา สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน สอดคล้องกับเป้าหมายของบริษัท จะยิ่งทำให้ทำงานนี้ได้ดียิ่งขึ้น การสื่อสารและให้ข้อเสนอแนะอย่างสม่ำเสมอ ปัจจุบันพนักงานที่เป็นคนรุ่นใหม่มีความกระตือรือร้นในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น การเปิดโอกาสให้มีการพูดคุยกันแบบ 1:1 ระหว่างผู้จัดการและพนักงานอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้ทั้งสองฝ่ายได้รับข้อเสนอแนะในการทำงาน และกระชับความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นมากขึ้น องค์ความรู้เหล่านี้ช่วยให้องค์กรสามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานและกลยุทธ์ในการจูงใจจะช่วยสร้างความผูกพันให้กับแม่ทีมได้ดียิ่งขึ้น



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สรุป

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ พบข้อจำกัดในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียด คือ ได้ทำการสำรวจเพียงประชากรที่เป็นกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงาน บริษัทซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ด้วยข้อจำกัดที่ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอาจเป็นตัวแทนของกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ไม่ครอบคลุมเท่าที่ควรส่งผลให้ผลการศึกษาอาจไม่เพียงพอในเชิงปฏิบัติทั่วทั้งองค์กรได้และต้องระวังการนำข้อมูลในงานวิจัยฉบับนี้ ไปขยายความและนำไปใช้ในงานวิจัยอื่นในอนาคต ดังนั้น ผลการศึกษา จึงสามารถใช้อ้างอิงได้ ณ เวลาปัจจุบันเท่านั้น ควรจะต้องมีการทบทวนและสอบถามอย่างต่อเนื่อง เพื่อทราบถึงความเปลี่ยนแปลงและให้ได้ข้อมูลที่มีความสอดคล้องกับเหตุการณ์ปัจจุบันมากที่สุด

จากการศึกษาในครั้งนี้ มีระยะเวลาที่จำกัด จึงทำการศึกษาได้เฉพาะการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งหากมีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากการเก็บข้อมูลด้วย แบบสอบถามเพียงอย่างเดียวจะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1.1 ปัจจัยจูงใจ ด้านความสำเร็จในหน้าที่การงาน ผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้ใช้ความคิดและตัดสินใจดำเนินงานอย่างอิสระและสร้างสรรค์ เสริมความรู้สึกมั่นใจในความก้าวหน้า โดยการจัดให้บุคลากรรับการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ ความสามารถที่จำเป็นในงาน ให้ความสนใจกับการให้การยอมรับในผลงานของบุคลากรมากขึ้น อาจจัดให้มีระบบรางวัลอย่างไม่เป็นทางการเมื่อทำงานได้สำเร็จตามที่ได้รับมอบหมายแก่ทีมงาน ดูแลให้ผลตอบแทนบุคลากรได้รับมีความเหมาะสมกับผลงานและมีความเป็นธรรมเมื่อเทียบกับคนอื่น ๆ ทำให้บุคลากรมั่นใจว่า ผลงานย่อมนำไปสู่รางวัลอย่างแน่นอน โดยควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงาน ข้อมูลเกี่ยวกับรางวัลหรือผลตอบแทน รวมทั้งผลที่บุคลากรจะได้รับหากไม่สามารถทำงานได้ประสบผล นอกจากนั้น องค์การควรจัดผลตอบแทนในระดับต่าง ๆ ตามระดับของผลงาน เพื่อไม่ให้บุคลากรเกิดความกังวลในการเชื่อมโยงรางวัลกับผลงานที่สามารถทำได้

1.2 ปัจจัยค้ำจุน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน นโยบายและการบริหารงาน สามารถแนะนำแนวทางและเปิดรับฟังความคิดเห็นจากทุกคน เพื่อให้งานออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านผลประโยชน์ค่าตอบแทนและสวัสดิการ บริษัทควรมีเกณฑ์การจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมและยุติธรรม รวมถึงมีนโยบายการเลื่อน ตำแหน่ง ตามช่วงเวลาอย่างเหมาะสมตามความสามารถในการปฏิบัติงาน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม บริษัท ซูเลียน (ประเทศไทย) จำกัด ส่งผลในทางบวก และมีความสัมพันธ์กันในระดับกลางถึงสูงมาก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรจะศึกษาเพิ่มเติมปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อความผูกพันของแม่ทีม ควรทำการเปรียบเทียบกับบริษัทคู่แข่ง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของแม่ทีมด้วยกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลและเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จุฑามาศ ทันธิกุล และชลภัสสรณ์ สิทธิวรงค์ชัย. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานที่มีต่อบริษัทการ์เมนท์ จำกัด. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ. 2*(3): 54-66. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/rpu/article/view/220541

นิศาชล ภูมิพื้นผล. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงาน:กรณีศึกษา บริษัท เดลแมกซ์ แมชินเนอรี่ จำกัด*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี. http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/3047/1/RMUTT-155532.pdf

นันทนพ เข็มเพชร และพบสุข ช่ำชอง. (2561). แรงจูงใจในการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในกลุ่ม Generation Y: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารการเมืองการปกครอง, 8*(1), 35 - 58. https://e-journal.snru.ac.th/topics/380/

เดือนเพ็ญ สาสังข์ และศรีรัฐ โกวงศ์. (2556). ความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรสานักงานทรัพยากรน้ำแห่งชาติ. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา. 12*(1): 76–87. https://doi.nrct.go.th/admin/doc/doc_639837.pdf

เบญญาภา นวลรอด. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานบริษัท สินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ส่วนภูมิภาค.* การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. https://fulltext.rmu.ac.th/fulltext/2566/M135599/135599

รุ่งโรจน์ อรรถานิทธิ์. (2554). Employee Engagement *การสร้างความผูกพันของพนักงานในองค์กร.* เอช อาร์ เซ็นเตอร์. file:///C:/Users/user/Downloads/krisada_c,+%7B$userGroup%7D,+Book+Review+Employee+Engagement%20(1).pdf

วารุณี มิลินทปัญญา. (2561). "ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการคงอยู่ในงานของบุคลากรโรงพยาบาล มหาวิทยาลัย.". *วารสารมนุษศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี. 12*(28), 244-255. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/trujournal/article/view/124151/94185

สายหยุด อมรลักษณ์ปรีชา. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์การของพยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลบ้านแพ้ว.* ในวิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. มหาวิทยาลัยศิลปากร. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSC/article/view/261629

สมยศ นาวีการ. (2540). *การบริหาร การวางแผน การจัดการองค์การ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. ดอกหญ้า.

อนุรดี ฤทัยธรรม และรสิตา สังข์บุญนาค. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ซัมมิท แหลมฉบงั โอโต บอดเวิร์คจำกัด. *วารสารรัชต์ภาคย์, 14*(32), 170-180. file:///C:/Users/user/Downloads/atistan21,+%7B$userGroup%7D,+Vol.9+No.2+SS.007

Byrne, Z. S. (2015). *Understanding employee engagement: Theory, research, and practice.* https://www.routledge.com/Understanding-Employee-Engagement-Theory-Research-and-Practice/Byrne/p/book/9780367773878

Kahn, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal, 33*(4), 692-724. file:///C:/Users/user/Downloads/1.Artice+No.255807%20(1).pdf

Katz, Daniel., and Robert L. Kahn. *The Psychology of Organizations*. 2nd ed. John Wiley & Son, 1978.

ความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

WELL- BEING OF THE PEOPLE IN THE THAILAND 4.0 CASE STUDY: YAN YAO SUB - DISTRICT, SAM CHUK DISTRICT, SUPANBURI PROVINCE

พรทิพย์ ช่วยเพล, ฐกร อ่วมสถิตย์* และสุภาวดี เผือกฟัก
Phornthip Chuayphen, Takorn Uamsathit and Supawadee Phuakfak
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
*Corresponding Author E-mail: Thapakonuamsathit@gmail.com
Received May 16, 2025; **Revised** September 3, 2025; **Accepted** November 28, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา: ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปและอาศัยอยู่ในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับความอยู่ดีมีสุขในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.86, S.D. = 0.511)

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า มี 2 ปัจจัยที่อิทธิพลต่อความอยู่ดีมีสุข ได้แก่ 1) ปัจจัยคุณลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย ระดับการศึกษาและภาวะหนี้สิน มีอิทธิพลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ2) ปัจจัยเกี่ยวกับความสุข ได้แก่ ระดับความทุกข์และระดับความพึงพอใจในชีวิต มีอิทธิพลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้สามารถนำข้อมูลการวิจัยนี้มาใช้เป็นแนวทางหรือกำหนดนโยบายในการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาความอยู่ดีมีสุขให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่ต่อไป

คำสำคัญ: ความอยู่ดีมีสุข, ประชาชน, ยุคไทยแลนด์ 4.0, จังหวัดสุพรรณบุรี

Abstract

This study aimed to examine 1) The level of well-being of people in Thailand 4.0, case study of Yan Yao Subdistrict, Sam Chuk District, Suphan Buri Province and 2) The factors affecting the well-being of people in Thailand 4.0, with a case study of

Yan Yao Subdistrict, Sam Chuk District, Suphan Buri Province. This research employed a quantitative approach. The sample consisted of 400 residents aged 18 years and above who lived in Yan Yao Subdistrict, Sam Chuk District, Suphan Buri Province. The research instrument was a questionnaire, and data were analyzed using mean, standard deviation (S.D.), and multiple regression analysis (MRA).

The research findings revealed that:

1. The overall well-being of people in Yan Yao Subdistrict, Sam Chuk District, Suphan Buri Province was at a high level. ($\bar{X}$ = 3.86, S.D. = 0.511)

2. The factors influencing the well-being of people in Thailand 4.0, Case study: Yan Yao Subdistrict, Sam Chuk District, Suphan Buri Province were found to comprise two significant dimensions: 1) Demographic characteristics, including education level and debt status, which had a statistically significant influence on the level of well-being at the 0.05 significance level; and 2) Happiness-related factors, including the level of suffering and the level of life satisfaction, which also had a statistically significant influence on the level of well-being at the 0.05 significance level. The results of this research can be utilized as a guideline or policy framework for implementing measures to enhance well-being in ways that are appropriate to and aligned with the needs of people in the local community.

Keywords: Well–Being, People, Thailand 4.0, Suphan Buri Province

บทนำ

ในยุคไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0) ประเทศไทยกำลังเผชิญความท้าทายในการยกระดับเศรษฐกิจและสังคม เพื่อก้าวพ้น “กับดักรายได้ปานกลาง” ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และสร้างความอยู่ดีมีสุขให้แก่ประชาชนอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนาประเทศได้ถูกกำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2577) ซึ่งมุ่งสู่การเป็น “ประเทศที่พัฒนาแล้ว มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ “ความสุขและคุณภาพชีวิตของประชาชน” (องค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ, 2568 และองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ, 2567)

แนวคิดเรื่อง “ความอยู่ดีมีสุข” (Well-being) ไม่เพียงหมายถึงการมีสุขภาพที่ดี รายได้เพียงพอและครอบครัวอบอุ่น แต่ยังครอบคลุมถึงสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และการได้รับการบริหารจัดการจากรัฐอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถือเป็นตัวชี้วัดคุณภาพชีวิตที่ได้รับการยอมรับและใช้กันอย่างแพร่หลายในระดับสากล (องค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ, 2568 และองค์กรสหประชาชาติ, 2566)

ข้อมูลจากรายงานดัชนีความอยู่เย็นเป็นสุขในสังคมไทย (Green and Happiness Index: GHI) สะท้อนว่า ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2565) คะแนนเฉลี่ย GHI เพิ่มขึ้นเป็น 73.77 คะแนน สูงกว่าค่าเฉลี่ยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่ 10 และ 11 (67.17 และ 68.43 ตามลำดับ) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละปี พบว่า คะแนน GHI มีความผันผวน โดยปี 2562 อยู่ที่ 75.31 คะแนน แต่ลดลงเหลือ 69.81 คะแนน ในปี 2563 ซึ่งเป็นผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 หลังจากนั้น เมื่อสถานการณ์คลี่คลาย ความสุขของประชาชนกลับมาเพิ่มขึ้นจนสูงกว่าก่อนเกิดการระบาด (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567) แนวโน้มนี้สอดคล้องกับรายงานดัชนีความก้าวหน้าของคน (Human Achievement Index: HAI) ประจำปี 2565 ซึ่งใช้ติดตามประเมินผลลัพธ์ของการพัฒนาคนในระดับประเทศ ภูมิภาค และจังหวัด ด้านความอยู่ดีมีสุข (Well- Being) ที่เกิดขึ้นกับตัวบุคคล โดยพบว่า ดัชนีความก้าวหน้าของคน (HAI) ปรับเพิ่มจาก 0.6376 (ปี 2564) เป็น 0.6445 (ปี 2565) หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.07 โดยเฉพาะในด้านชีวิตการทำงาน การมีส่วนร่วม เศรษฐกิจ คมนาคม และการศึกษา (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในระดับชุมชน โดยเฉพาะพื้นที่ชนบทหรือเมืองรอง จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม เพราะชุมชนที่เข้มแข็งจะส่งผลต่อเสถียรภาพของประเทศ หากประชาชนมีสุขภาพดี มีรายได้มั่นคง และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม พร้อมทั้งได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ก็จะสามารถพึ่งพาตนเองและมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมได้อย่างยั่งยืน (ชนัญชิตา อรุณแข และณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล, 2565)

จากเหตุผลดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงให้ความสนใจศึกษาความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 โดยเลือกพื้นที่ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นกรณีศึกษา เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน และใช้ผลการศึกษาเป็นแนวทางเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา: ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา: ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความอยู่ดีมีสุข

คณะผู้วิจัยศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ครอบคลุมในประเด็นและเนื้อหาที่สำคัญสำหรับการพัฒนากรอบความคิดในการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ความหมายของการอยู่ดีมีสุข

ความพึงพอใจในชีวิตของประชาชน ซึ่งจะประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพอนามัย ด้านความรู้และการศึกษา ด้านชีวิตการทำงาน ด้านรายได้และการกระจายรายได้ ด้านชีวิตครอบครัว ด้านสภาพแวดล้อม และด้านการบริหารจัดการที่ดีของรัฐ

ดัชนีการวัดความอยู่ดีมีสุขของไทย

สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพ (สปรส.) (2548) ได้สร้างดัชนีวัดความอยู่ดีมีสุข เพื่อใช้วัดการดำรงชีวิตของคนไทยให้ครอบคลุมทุกมิติ โดยกำหนดตัวชี้วัดที่สำคัญไว้ 7 ด้าน ดังนี้

ด้านสุขภาพอนามัย ภาวะที่ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บอันเกิดจากการสร้างสุขภาวะที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสติปัญญา รวมถึงการมีภาวะโภชนาการที่ดี การรู้จักป้องกันดูแลสุขภาพที่ดีของตนเองและสามารถเข้าถึงบริการสาธารณสุขซึ่งจะทำให้คนมีอายุยืนยาว สามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างปกติสุขและสร้างสรรค์ประโยชน์แก่ตนเอง ครอบครัวและสังคม

ด้านความรู้ เป็นปัจจัยสำคัญ เพราะความรู้ช่วยเสริมสร้างศักยภาพของคนให้มีทักษะความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การที่คนเราจะมีความรู้ได้นั้น จะต้องได้รับการศึกษา การศึกษาจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างโอกาสและพัฒนาสติปัญญาและกระบวนการเรียนรู้ของคนและใช้ประสบการณ์ ศักยภาพและทักษะของตนให้เป็นประโยชน์ในการปฏิบัติภารกิจในสังคมได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ด้านชีวิตการทำงาน การทำงานจะเป็นที่มาของรายได้และอำนาจซื้อ ซึ่งนำไปสู่การสร้างความสำเร็จและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การมีงานทำที่ดี มีความมั่นคงและปลอดภัยในการทำงาน มีรายได้อย่างต่อเนื่อง ย่อมส่งผลให้คนเราสามารถดูแลความเป็นอยู่ของตนเองและครอบครัวให้อยู่ดีมีสุขได้ และยังประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม

ด้านรายได้และการกระจายรายได้ การมีรายได้จะช่วยเสริมสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อประชาชนให้มีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีอำนาจในการซื้อเพียงพอต่อการดำรงชีวิตที่ได้มาตรฐานและหลุดพ้นจากปัญหาความยากจนและมีการกระจายรายได้ในกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมอย่างเท่าเทียมกัน

ด้านสภาพแวดล้อม สภาพแวดล้อมที่ดีย่อมส่งผลต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดีเอื้อต่อการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิตในสังคม การมีสภาพแวดล้อมที่ดีหมายความถึงการมีที่อยู่อาศัยที่มั่นคงการได้รับบริการสาธารณูปโภคที่พอเพียงและมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ด้านชีวิตครอบครัว ครอบครัวเป็นสถาบันพื้นฐานทางสังคมที่มีความสำคัญยิ่งต่อคนในการดำรงชีวิต ครอบครัวอยู่ดีมีสุขคือ ครอบครัวที่มีความรัก ความอบอุ่น รู้บทบาทหน้าที่ของครอบครัว มีความสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน ลดปัจจัยเสี่ยงของครอบครัว สามารถพึ่งตนเองได้และมีการเกื้อกูลสังคมอย่างมีคุณธรรม

ด้านการบริหารจัดการที่ดีของรัฐ ความอยู่ดีมีสุขของประชาชนส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการที่ดีของภาครัฐ มีการดูแลคนในสังคมให้มีสิทธิและเสรีภาพในการดำรงชีวิตมีส่วนร่วมในการพัฒนาและตรวจสอบภาครัฐ ได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันตามกฎหมายและรัฐกับประชาชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

ซึ่งเป็นกรอบการวัดที่สะท้อนคุณภาพชีวิตอย่างครอบคลุม ทั้งในมิติส่วนบุคคล ครอบครัว และสังคม

แนวคิดสากลเกี่ยวกับการวัดความอยู่ดีมีสุข

ในระดับสากล มีการพัฒนาดัชนีและกรอบวัดความอยู่ดีมีสุขที่สำคัญ ได้แก่

1. OECD Well-being Framework โดยกำหนดความอยู่ดีมีสุขใน 2 มิติหลัก คือ 1) Current Well-being ครอบคลุมรายได้ สุขภาพ การศึกษา ความสัมพันธ์ทางสังคม ความปลอดภัย และ

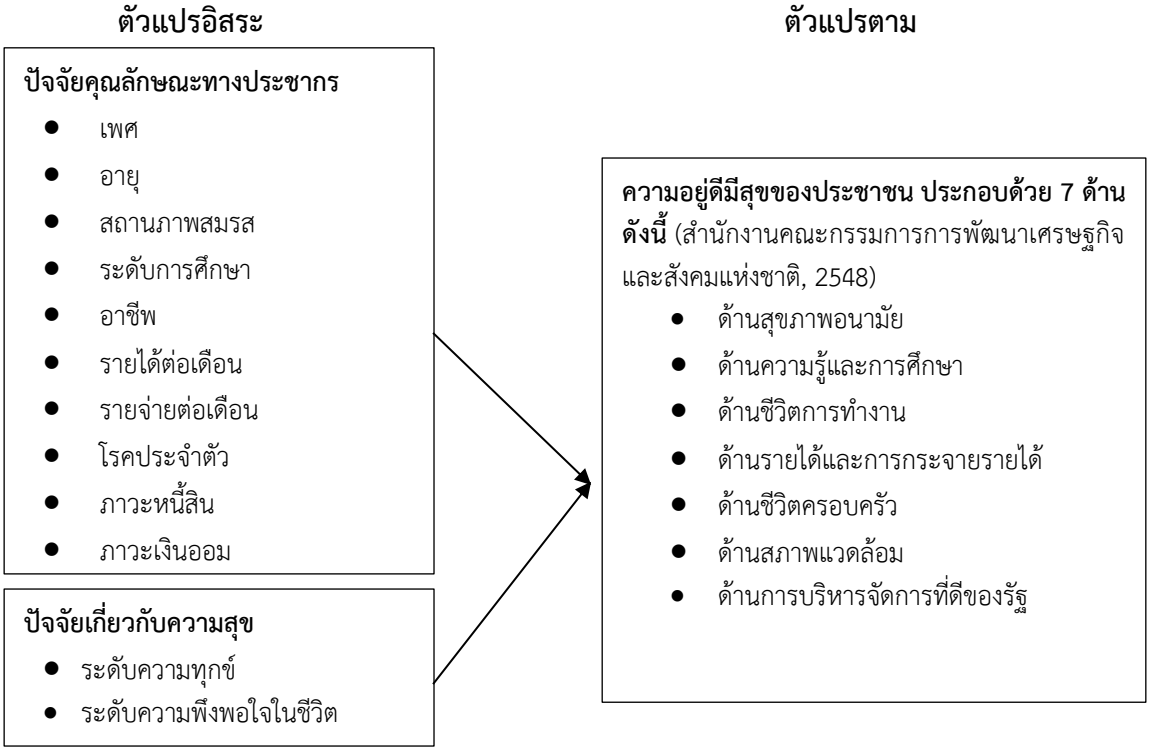
การมีส่วนร่วมทางการเมือง และ 2) Resources for Future Well-being ได้แก่ ทุนเศรษฐกิจ มนุษย์ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยกำหนดคุณภาพชีวิตในอนาคต (OECD, 2023)

2. Human Development Index (HDI) จัดทำโดยโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) วัดการพัฒนามนุษย์ 3 มิติ คือ สุขภาพ (อายุคาดเฉลี่ย) การศึกษา และรายได้ (UNDP, 2022)

3. World Happiness Report: วัดความสุขจากปัจจัย เช่น GDP ต่อหัว การสนับสนุนทางสังคม สุขภาพ เสรีภาพในการเลือก ความเอื้อเฟื้อ และการรับรู้คอร์รัปชัน (United Nations, 2023)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมุ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 สำหรับรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัย มีดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้การศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปและอาศัยอยู่ในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวนทั้งสิ้น 4,440 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง,

2566) คณะผู้วิจัยคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตร Taro Yamane (อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552) ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 367 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ดังนั้นการวิจัยนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สร้างขึ้นจากกรอบแนวความคิดที่ได้จากทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากร ประกอบด้วยข้อคำถาม 10 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสุข ประกอบด้วยข้อคำถาม 2 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบตรงตามความเป็นจริงหรือความรู้สึกในช่วงเวลานั้น มี 11 ระดับ คือ ตั้งแต่ 0 – 10 โดย 0 หมายถึง ไม่มีความทุกข์ และ 10 หมายถึง มีทุกข์ทรมานแสนสาหัส ส่วนระดับความพึงพอใจในชีวิต โดย 0 หมายถึง ไม่มีความพึงพอใจในชีวิต และ 10 หมายถึง มีความพึงพอใจในชีวิตมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความอยู่ดีมีสุขของประชาชน ประกอบด้วยข้อคำถาม 44 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบการประมาณค่า(Rating Scale) และมีการให้คะแนนระดับความอยู่ดีมีสุขด้วยวิธีของลิเคิร์ท (Likert’s Scale) 5 ระดับ ได้แก่ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยวิธีการทดสอบความแม่นตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และการทดสอบความเชื่อถือได้(Reliability) ซึ่ง 2 วิธี มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การทดสอบความแม่นตรงตามเนื้อหา (Content Validity) การวิจัยนี้ ทดสอบความแม่นตรงตามเนื้อหาของข้อคำถามและมาตรวัดแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการ (Operational Definition) ภายใต้ความหมายเชิงทฤษฎีของแต่ละตัวแปรที่ศึกษา หลังจากนั้นจึงให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา จำนวน 3 ท่าน ดำเนินการตรวจแก้ไขโดยใช้แบบการตรวจสอบความพ้องของผู้เชี่ยวชาญ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ซึ่งค่าดัชนี IOC จะมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 โดยข้อคำถามที่ดีควรมีค่า IOC ใกล้ 1 ส่วน ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.05 ควรการปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปเก็บข้อมูล ดังนั้นแบบสอบถามฉบับนี้ จึงมีข้อคำถามและข้อความที่มีค่าดัชนี IOC มากกว่า 0.05 ทุกข้อคำถาม

การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) คณะผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) ในกลุ่มตัวอย่างประชาชนทดลองคือ ประชาชนจากตำบลวังยาง อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงในการศึกษา (Try - Out) จำนวน 30 คน เพื่อนำมาพิจารณาความสอดคล้องภายในของมาตรวัดที่ประกอบด้วยข้อความที่สอดคล้องกัน ในประเด็นที่ใช้วัด หลังจากนั้นนำข้อมูลมาพิจารณาตรวจสอบว่าข้อคำถามใดในมาตรวัดจะคงอยู่หรือตัดออกไป ซึ่งแบบวัดนี้มีสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.87

การพิทักษ์สิทธิ์ผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผ่านการพิจารณาและอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิเลขที่โครงการ IRB-RUS-2567-045 ซึ่งคณะผู้วิจัยจะขอ

ความยินยอมจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรงผ่านการลงนามเข้าร่วมโครงการวิจัยดังกล่าว ข้อมูลจะถูกปกปิดและเก็บรักษาไว้เป็นความลับ การนำเสนอผลการศึกษาในภาพรวม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

คณะผู้วิจัยจะเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งจะวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล 2 ส่วนสำคัญ ดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งจะประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายคุณลักษณะทางประชากร ความสุข และความอยู่ดีมีสุขของประชาชน

2) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงอนุมาน จะใช้วิธีการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis : MRA) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับความอยู่ดีมีสุขในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.86, S.D. = 0.511)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์4.0 กรณีศึกษา: ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ภาพรวม

(n = 400)

ความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านสุขภาพอนามัย	3.86	0.578	มาก
2. ด้านความรู้และการศึกษา	3.77	0.631	มาก
3. ด้านชีวิตการทำงาน	3.79	0.672	มาก
4. ด้านรายได้และการกระจายรายได้	3.61	0.712	มาก
5. ด้านชีวิตครอบครัว	4.14	0.639	มาก
6. ด้านสภาพแวดล้อม	3.87	0.615	มาก
7. ด้านการบริหารจัดการที่ดีของภาครัฐ	3.64	0.701	มาก
ภาพรวม	**3.86**	**0.511**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา: ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.86, S.D.= 0.511) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความอยู่ดีมีสุขในด้านชีวิตครอบครัวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.14, S.D.= 0.639) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านรายได้และการกระจายรายได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.61, S.D.= 0.712)

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า มี 2 ปัจจัยที่อิทธิพลต่อความอยู่ดีมีสุข ได้แก่ 1) ปัจจัยคุณลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย ระดับการศึกษาและภาวะหนี้สิน มีอิทธิพลต่อ ระดับความอยู่ดี

มีสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ2) ปัจจัยเกี่ยวกับความสุข ได้แก่ ระดับความทุกข์และระดับความพึงพอใจในชีวิต มีอิทธิพลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา: ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

(n = 400)

ตัวแปร	Un Standardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta (β)			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	4.067	0.315		12.928	0.000		
ปัจจัยคุณลักษณะทางประชากร							
เพศ (กลุ่มอ้างอิง : ชาย)							
หญิง	-0.013	0.052	-0.012	-0.244	0.808	0.862	1.161
อายุ	0.001	0.003	0.029	0.371	0.711	0.364	2.745
สถานภาพ (กลุ่มอ้างอิง : สมรส)							
โสด	0.014	0.075	0.014	0.193	0.847	0.418	2.391
ระดับการศึกษา (กลุ่มอ้างอิง : ไม่มีการศึกษา)							
มีการศึกษา	0.290	0.138	0.104	2.097	0.037	0.890	1.124
อาชีพ (กลุ่มอ้างอิง :ไม่ได้ประกอบอาชีพ)							
ประกอบอาชีพ	0.027	0.154	0.009	0.179	0.858	0.905	1.105
รายได้ต่อเดือน (กลุ่มอ้างอิง : ไม่มีรายได้ต่อเดือน)							
มีรายได้ต่อเดือน	-0.091	0.097	-0.053	-0.943	0.346	0.699	1.431
รายจ่ายต่อเดือน(กลุ่มอ้างอิง : มีรายจ่ายต่อเดือน)							
ไม่มีรายจ่ายต่อเดือน	0.131	0.163	0.040	0.803	0.422	0.889	1.124
โรคประจำตัว (กลุ่มอ้างอิง : โรคประจำตัว)							
ไม่มีโรคประจำตัว	0.077	0.068	0.058	1.131	0.259	0.834	1.200
ภาวะหนี้สิน (กลุ่มอ้างอิง : มีภาวะหนี้สิน)							
ไม่มีภาวะหนี้สิน	0.147	0.052	0.143	2.848	0.005	0.870	1.149
ภาวะเงินออม (กลุ่มอ้างอิง : ไม่มีเงินออม)							
มีเงินออม	-0.061	0.054	-0.056	-1.133	0.258	0.915	1.093
ปัจจัยเกี่ยวกับความสุข							
ระดับความทุกข์	-0.048	0.010	-0.229	-4.712	0.000	0.934	1.071
ระดับความพึงพอใจในชีวิต	0.047	0.013	0.182	3.686	0.000	0.907	1.103
$R = 0.384$, $R^2 = 0.148$, Adjusted $R^2 = 0.121$, $SE_{est} = 0.479$, $F = 5.592^{***}$							

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.384 ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของระดับความอยู่ดีมีสุข ได้ร้อยละ14.8 (R^2 = 0.148) เมื่อพิจารณาปัจจัยคุณลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มี 2 ตัวแปรจาก 10 ตัวแปร ได้แก่ ระดับการศึกษาและภาวะหนี้สิน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.104 และ 0.143 สามารถแปลผลได้เมื่อกำหนดตัวแปรอื่น ๆ ให้คงที่ กล่าวคือ ประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการศึกษาจะมีระดับความอยู่ดีมีสุขมากกว่าประชาชนที่ไม่มีการศึกษา 0.104 คะแนน และประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีที่ไม่มีภาวะหนี้สินจะมีระดับความอยู่ดีมีสุขมากกว่าประชาชนที่มีภาวะหนี้สิน 0.143 คะแนน

สำหรับปัจจัยเกี่ยวกับความสุขที่มีผลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มี 2 ตัวแปรจาก 2 ได้แก่ ระดับความทุกข์และระดับความพึงพอใจในชีวิต ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ -0.229 และ 0.182 สามารถแปลผลได้เมื่อกำหนดตัวแปรอื่น ๆ ให้คงที่ กล่าวคือ ประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีระดับความทุกข์เพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะมีระดับความอยู่ดีมีสุขลดลง0.229 คะแนน ส่วนประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีระดับความพึงพอใจในชีวิตเพิ่มขึ้น 1 คะแนนจะมีระดับความอยู่ดีมีสุขเพิ่มขึ้น 0.182 คะแนน

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับความอยู่ดีมีสุขในภาพรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.86, S.D. = 0.511) ทั้งนี้ด้านที่มีระดับสูงกว่าด้านอื่นๆ คือ ด้านชีวิตครอบครัว ซึ่งมีระดับความอยู่ดีมีสุขอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14, S.D. = 0.639) และด้านที่มีระดับต่ำกว่าด้านอื่นๆ คือ ด้านรายได้และการกระจายรายได้ ซึ่งมีระดับความอยู่ดีมีสุขอยู่ในระดับมากเช่นกัน ($\bar{X}$ = 3.61, S.D. = 0.712) ทั้งนี้กล่าวได้ว่า ประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับความอยู่ดีมีสุขด้านชีวิตครอบครัวอยู่ในระดับมาก เพราะประชาชนมีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยเมื่ออยู่ในครอบครัว และสมาชิกในครอบครัวมีความรักและผูกพันซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปัญจพร เริงสนาม (2566) ที่พบว่า ระดับความอยู่มีสุขของประชากรจังหวัดเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านครอบครัว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนด้านสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด กล่าวคือ ประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ มีความอยู่ดีมีสุขในด้านครอบครัวในระดับมาก เพราะสมาชิกในครอบครัวรู้จักบทบาทและหน้าที่ของตนและทำตามบทบาทและหน้าที่ของตนอย่างเสมอต้นเสมอปลาย

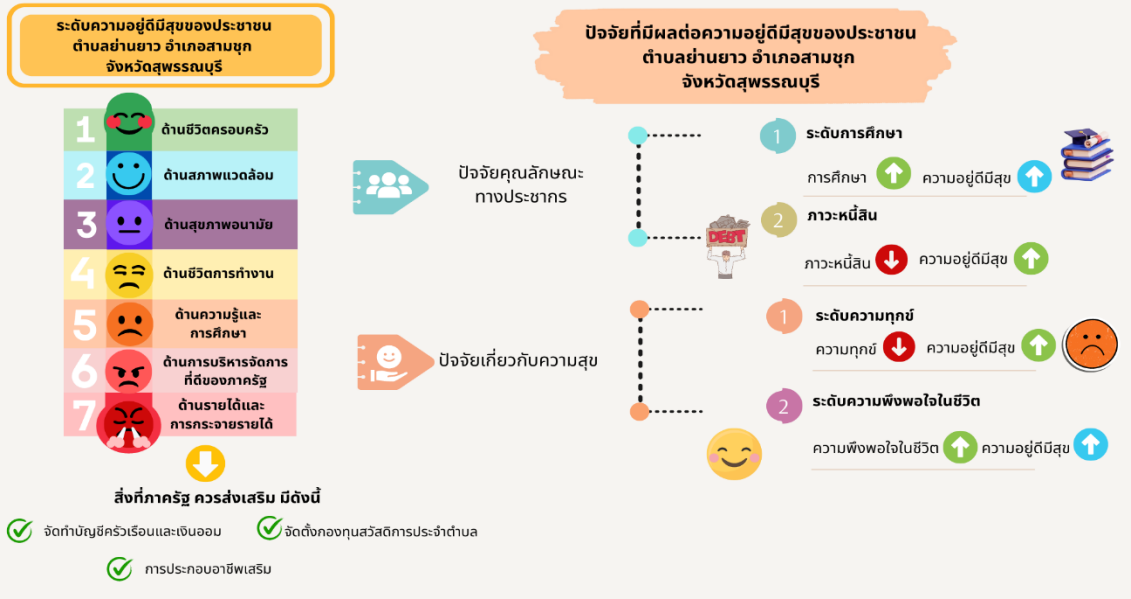
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า มี 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความอยู่ดีมีสุข ได้แก่ 1) ปัจจัยคุณลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ระดับการศึกษาและภาวะหนี้สินมีอิทธิพลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งระดับการศึกษามีผลเชิงบวกกับระดับความอยู่ดีมีสุข กล่าวคือ การที่ประชาชนได้รับการศึกษานั้น จะช่วยสร้างโอกาสในชีวิตและการทำงาน

รวมทั้งพัฒนาสติปัญญาส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ทำให้คนคิดเป็น ทำเป็นพึ่งพาตนเองได้ โดยใช้ศักยภาพและสมรรถนะของตนให้เกิดประโยชน์ สามารถเรียนรู้ปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทัน การศึกษาจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการยกระดับความอยู่ดีมีสุขของคนไทย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของชนัญชิตา อรุณแข และณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล (2565) พบว่า ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความอยู่ดีมีสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังกล่าวไว้ว่า สำหรับประชาชนจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับระดับการศึกษาให้มากขึ้น เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา จึงควรศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เพื่อสร้างโอกาสให้กับตนเองในอนาคต ในทางกลับกันการศึกษาของภาสินี เจริญศักดิ์ (2558) พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขเชิงภาวะวิสัยของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลทากาศเหนือ เนื่องจากข้อมูลอัตราเฉลี่ยระดับการศึกษาของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับต่ำ ชี้ให้เห็นว่าประชาชนในเขตเทศบาลตำบลทากาศเหนือไม่ได้ให้ความสำคัญกับการศึกษาเท่าที่ควร เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอะญอมองว่าการศึกษาไม่ใช่เป้าหมายในชีวิต แต่เป็นเรื่องที่รองจากการทำมาหากิน ส่วนภาวะหนี้สินมีผลเชิงบวกกับระดับความอยู่ดีมีสุข กล่าวคือ การไม่เป็นหนี้ของประชาชนจะส่งผลให้ประชาชนมีความอยู่ดีมีสุข ในทางกลับกันถ้าประชาชนเป็นหนี้สินจะส่งผลกระทบต่อความสุขและความอยู่ดีมีสุขของประชาชน ยิ่งประชาชนมีภาวะหนี้สินสูงเท่าใดก็ย่อมส่งผลให้ความสุขลดลงไปด้วย แต่ถ้าเป็นหนี้แล้วสามารถชำระหนี้ได้และไม่เป็นภาระก็สามารถส่งผลให้มีความสุขได้เช่นกัน ดังนั้นภาวะหนี้สินที่เป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้ประชาชนมีความอยู่ดีมีสุขมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอังคณา ธนานุภาพพันธุ์ และชุดาพร สอนภักดี (2565) ที่พบว่า พนักงานที่ไม่มีภาวะหนี้สินมีความอยู่ดีมีสุขมากกว่าพนักงานที่มีภาวะหนี้สิน ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยหนึ่งที่ทำให้พนักงานมีความอยู่ดีมีสุขในการทำงานมากขึ้น ก็คือ ปัจจัยภาวะหนี้สินของพนักงาน ยิ่งเป็นหนี้มากเท่าใดก็ย่อมส่งผลให้ความสุขลดลงไปด้วย และ 2) ปัจจัยเกี่ยวกับความสุขที่มีผลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ระดับความทุกข์และระดับความพึงพอใจในชีวิต มีอิทธิพลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งระดับความทุกข์มีผลเชิงลบกับระดับความอยู่ดีมีสุข กล่าวคือ ประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีระดับความทุกข์เพิ่มขึ้น ย่อมส่งผลให้ระดับความอยู่ดีมีสุขลดลงตามมา เพราะว่าการที่ประชาชนมีความทุกข์ ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการมีรายได้ไม่เพียงพอ หนี้สิน การงาน การเรียน ครอบครัว ภัยพิบัติต่าง ๆ การเจ็บป่วย การสูญเสียและการพลัดพราก ฯลฯจึงอาจทำให้เกิดความเครียดและเป็นเหตุให้ความสุขในชีวิตลดลง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ขวัญสุดา บุญทศและขนิษฐา นันทบุตร (2560) ที่พบว่า ความทุกข์ มีผลต่อสุขภาพจิตที่ดีในมิติของก เนื่องจากผู้สูงอายุต้องเผชิญกับการสูญเสีย การปรับเปลี่ยนบทบาท ทำงานหาเงินเองไม่ได้ ทุกข์เพราะครอบครัว ลูกหลาน และสถานะสุขภาพที่เสื่อมถอยตามวัย เป็นต้น ดังนั้นความทุกข์จึงมีความสำคัญต่อสุขภาพจิตของผู้สูงอายุส่งผลกระทบต่อการมีคุณภาพชีวิตที่ดี สำหรับระดับความพึงพอใจในชีวิตผลเชิงบวกกับระดับความอยู่ดีมีสุข กล่าวคือ ประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีระดับความพึงพอใจในชีวิตเพิ่มขึ้น ย่อมส่งผลให้มีระดับความอยู่ดีมีสุขเพิ่มขึ้นไปด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างเป็นสุข มีความภูมิใจในตนเอง พึงพอใจในชีวิต และมีความสุขทางใจ หรือการที่เราได้รับความพึงพอใจ ได้รับความสมหวังจากสิ่งต่าง ๆ รอบด้าน มีศักยภาพที่จะพัฒนาตนเองเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรรณวรพัสส์

นารินทร์ (2561) ที่พบว่า ความพึงพอใจในชีวิตส่งผลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขของผู้สูงอายุในเทศบาลตำบลท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด หมายความว่า ความอยู่ดีมีสุขนั้นมีความหมายครอบคลุมในเรื่องความพึงพอใจในชีวิตและความสุข ความอยู่ดีมีสุขเป็นเรื่องส่วนบุคคล โดยเน้นองค์ประกอบทางด้านกระบวนการคิดคือ การที่คนเรามีความสุขมาก และความรู้สึกเจ็บปวดน้อยลง รวมทั้งความรู้สึกยินดีและความรู้สึกพึงพอใจในตนเอง และองค์ประกอบทางด้านอารมณ์ที่เน้นการมีอารมณ์เชิงบวก เพื่อให้แต่ละบุคคลสามารถบรรลุเป้าหมายของตนเอง

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา: ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงผลความอยู่ดีมีสุขของประชาชน ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าประชาชนตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับความอยู่ดีมีสุขด้านชีวิตครอบครัวอยู่ในระดับมาก เนื่องจากประชาชนมีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยเมื่ออยู่ในครอบครัว และสมาชิกในครอบครัวมีความรักและผูกพันซึ่งกันและกัน ส่วนด้านรายได้และการกระจายรายได้ ควรได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ เช่น การจัดทำบัญชีครัวเรือนและเงินออม การจัดตั้งกองทุนสวัสดิการประจำตำบล และการส่งเสริมอาชีพเสริมให้กับประชาชน ฯลฯ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อความอยู่ดีมีสุขของประชาชน พบว่า มี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยคุณลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย ระดับการศึกษาและภาวะหนี้สิน และปัจจัยเกี่ยวกับความสุข ประกอบด้วยระดับความทุกข์และระดับความพึงพอใจในชีวิต ดังนั้นการกำหนดมาตรการหรือนโยบายจึงเป็นหน้าที่ของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนที่ต้องกำหนดมาตรการเพื่อนำสู่การปฏิบัติร่วมกัน ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในตำบลอย่างยั่งยืน

สรุป

ประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับความอยู่ดีมีสุขในภาพรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ด้านที่มีระดับสูงกว่าด้านอื่น ๆ คือ ด้านชีวิตครอบครัว ซึ่งมีระดับความอยู่ดีมีสุขอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีระดับต่ำกว่าด้านอื่น ๆ คือ ด้านรายได้และการกระจายรายได้ ซึ่งมีระดับความอยู่ดีมีสุขอยู่ในระดับมากเช่นกัน ผลการวิจัยนี้สะท้อนได้ว่าประชาชนในตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับความอยู่ดีมีสุขด้านชีวิตครอบครัวอยู่ในระดับมาก เนื่องจากประชาชนมีความรู้สึกมั่นคงปลอดภัยเมื่ออยู่ในครอบครัวและสมาชิกในครอบครัวมีความรักและผูกพันซึ่งกันและกัน ส่วนด้านรายได้และการกระจายรายได้ ควรได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ เช่น นโยบายส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่รายได้เฉลี่ยของประชาชนต่ำ นโยบายเพิ่มรายได้ภาคแรงงานและการจ้างงาน การปฏิรูประบบภาษี และมาตรการด้านเศรษฐกิจมหภาคและจุลภาค เพื่อสร้าง Inclusive Growth ฯลฯ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า มี 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความอยู่ดีมีสุข ได้แก่ 1) ปัจจัยคุณลักษณะทางประชากรที่มีผลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ระดับการศึกษาและภาวะหนี้สิน มีอิทธิพลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 2) ปัจจัยเกี่ยวกับความสุขที่มีผลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา : ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ระดับความทุกข์และระดับความพึงพอใจในชีวิตมีอิทธิพลต่อระดับความอยู่ดีมีสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา: ตำบลย่านยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ในภาพรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมาก หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ควรพัฒนาปรับปรุงคือ ด้านรายได้และการกระจายรายได้ ดังนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการสร้างวินัยทางการเงิน การทำบัญชีครัวเรือน และการออมอย่างเป็นระบบ รวมถึงการจัดตั้งกองทุนสวัสดิการชุมชนเพื่อรองรับความจำเป็นในยามฉุกเฉิน นอกจากนี้ ควรส่งเสริมอาชีพเสริมและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ เช่น การแปรรูปสินค้าเกษตรหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อสร้างความมั่นคงทางรายได้และลดความเหลื่อมล้ำ ทั้งนี้แนวทางดังกล่าวยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่มุ่งเน้นการขจัดความยากจนและการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ระดับความทุกข์มีผลเชิงลบกับระดับความอยู่ดีมีสุข ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรส่งเสริมสุขภาวะทางจิตในชุมชน ผ่านกิจกรรมออกกำลังกาย ศิลปะ ดนตรี และการจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาด้านสุขภาพจิต เชื่อมโยงกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และสถาบันการศึกษา เพื่อช่วยให้ประชาชนมีทัศนคติเชิงบวกและคุณภาพชีวิตที่ดี สอดคล้องกับ

ยุทธศาสตร์สุขภาพจิตแห่งชาติและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ในมิติสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ศึกษาเพียงความอยู่ดีมีสุขเชิงอัตวิสัย (Subjective Well–Being) เท่านั้น สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับความอยู่ดีมีสุขเชิงภาวะวิสัย (Objective Well–Being) เพิ่มเติม เพื่อให้เกิดข้อเปรียบเทียบอาจจะนำไปสู่ผลการวิจัยที่ครอบคลุมและชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งขยายผลโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัย เช่น การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบบเจาะลึก การสังเกต หรือการสนทนากลุ่ม เป็นต้น เพื่อดูว่าปัจจัยใดที่ส่งผลให้เกิดความอยู่ดีมีสุขของประชาชนหรือศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ เปรียบเทียบ เพื่อให้มองเห็นภาพรวมของแนวคิดที่มีความละเอียดและชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ขวัญสุดา บุญทศ และขนิษฐา นันทบุตร. (2560). ความสุข ความทุกข์ และสุขภาพจิตผู้สูงอายุในชุมชนแห่งหนึ่งในภาคเหนือตอนบนประเทศไทย. *วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย*, *62*(3), 257-270. https://www.psychiatry.or.th/JOURNAL/62-3/07_Kwansuda.pdf

ชนัญชิตา อรุณแข และณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล. (2565).ระดับความอยู่ดีมีสุขและตัวพยากรณ์ความอยู่ดีมีสุขของประชาชน อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.*วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, *11*(4), 14–27. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/256388/174645

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 10). บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

ปัญจพร เริงสนาม. (2566). *การวัดระดับความอยู่ดีมีสุขของประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภาสินี เจริญศักดิ์. (2558). *ระดับความอยู่ดีมีสุขของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลทากาศเหนือ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน* (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต).เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรรณวรพัสส์ นารินทร์. (2561*). ระดับความอยู่ดีมีสุขของผู้สูงอายุในเทศบาลตำบลท่าศาลา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่* (รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพ (สปรส.). (2548). *รวมตัวชี้วัดเกี่ยวกับความอยู่เย็นเป็นสุข* (พิมพ์ครั้งที่ 1). ใน เอกสารประกอบการประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ปี 2548. บริษัทธนธัชการพิมพ์ จำกัด.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *รายงานดัชนีความก้าวหน้าของคน ปี 2565*. สืบค้น 20 เมษายน 2567. จาก https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=Social_HAI

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). *รายงานดัชนีความอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันในสังคมไทย ประจำปี 2565*. https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=14843 & filename=evaluate_happiness.

สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2566). *สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร จำแนกตามรายอายุ*. https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/view

สุรัตน์สวดี แซ่แต้ และคณะ. (2562). *ภาวะอยู่ดีมีสุขของประชาชนในตำบลคูเต่า อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. ใน การประชุมวิชาการด้านมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 2. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

อังคณา ธนานุภาพพันธุ์ และชุดาพร สอนภักดี. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุขของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, *9*(2), 184–200. https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jems/article/view/4619

องค์กรสหประชาชาติ. (2566). รายงานความสุขโลก พ.ศ. 2566 (World Happiness Report 2023). จาก https://worldhappiness.report

องค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ. (2568). การปฏิรูประบบกฎระเบียบในประเทศไทย. จาก https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2025/04/regulatory-reform-in-thailand_489e6ae9/7892759c-en.pdf

องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ. (2567). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561–2577 (ประเทศไทย)*. จาก https://faolex.fao.org/docs/pdf/tha200834.pdf

OECD. (2023). OECD well-being framework 2023. from https://www.oecd.org.

United Nations Development Programme (UNDP). (2022). Human development report 2022: Uncertain times, unsettled lives – Shaping our future in a transforming world. New York: UNDP. https://hdr.undp.org

United Nations. (2023). World happiness report 2023. New York: Sustainable Development Solutions Network. https://worldhappiness.report

INSTRUCTIONAL DESIGN USING JOHN DEWEY'S THEORY AND SITUATIONAL LEARNING THEORY TO ENHANCE THE LEARNING INTEREST AND ACHIEVEMENT OF ART STUDENTS

Xiaoxiao Wu*, Phunarat Phiphithkul, and Supratra Wanpen
Faculty of Education, Udon Thani Rajabhat University
*Corresponding Author E-mail: wuxiaoxiao123wx@gmail.com
Received July 23, 2025; **Revised** December 1, 2025; **Accepted** December 9, 2025

Abstract

The purposes of this research were: 1) to study the current state and problems in learning interest and achievement of art students; 2) to draft the instructional model using John Dewey's theory and situational learning theory to enhance learning interest and achievement of art students. This research employed a comprehensive mixed-method approach. The research instruments included a semi-structured interview, questionnaire, achievement test, and evaluation form for the appropriateness of the instructional model. All instruments were validated by five qualified experts with the IOC score ranging between 0.60–1.00. The research results showed as follows:

1. The art students showed a moderate to high level of interest in their learning, especially when the lessons included real-life activities. However, their ability to stay engaged and apply what they learned over time was limited. The test results showed that they had a good grasp of basic knowledge but struggled with more abstract materials, which suggests that more interactive and context-related methods would be beneficial.

2. The instructional model was validated by five experts and received a perfect IOC score of 1.00. It also had a high level of appropriateness, with a mean of 4.87 and a standard deviation of 0.3. It comprises of six components: introduction, theoretical foundation, guiding principles, objectives, instructional procedures, and expected outcomes. The instructional procedures include seven steps: introducing objectives and tasks, creating real-life situations, formulating problem, solving problems, concluding, validating conclusion, and evaluating. This instructional model boosts student engagement and success by offering hands-on, meaningful, and personalized learning opportunities.

Keywords: John Dewey's Theory, Situational Learning Theory, Learning Interest, Learning Achievement

Introduction

In today's Chinese education system, art students encounter specific difficulties that affect both their learning interest and academic achievement. Even though China has a history of artistic expression, many institutions place little priority on teaching modern art, and students are frequently perceived as lacking intellectual competence. Structural factors like the high cost of art education, the brittle competition in the Yikao (college art entrance exam), and the lack of art in the general curriculum all help create this stigma (Ma, 2022). Recent studies indicate that arts colleges account for only about 3.8% of all Chinese universities, while Yikao candidates represent around 10% of all high school seniors, with acceptance rates in some arts majors as low as 0.4%, which intensifies pressure and inequity for art-track students (Ma, 2022).

To address the mentioned challenges, this research creates an instructional model that is based on John Dewey's theory and situated learning theory, which was developed by Lave and Wenger. Dewey (1916) stated that education should focus on the child, be based on real-life experiences, and create learning environments that are democratic and encourage reflection. As explained by Sikandar (2015), Dewey believed that students learn most effectively when they are actively involved in solving real-life problems that connect with their personal interests and the social environment they are part of. Similarly, situated learning theory suggests that real learning happens in real-life situations through group activities, not just in classroom settings focused on tests and memorization (Besar, 2018).

According to the existing problems and difficulties in art education in China, the researchers are interested in carrying out this study. The goal is to look into the current state and problems related to students' interest in learning and learning achievement in the arts. However, most existing studies have either focused on policy reforms or on aesthetic education courses in specific institutions, and very few have simultaneously examined art students' learning interest and achievement while also developing and validating an instructional model that integrates John Dewey's theory and situated learning theory in the Chinese context. In addition, we also aim to create an instructional model based on John Dewey's theory and situational learning theory to improve these areas. This model is expected to provide more engaging and meaningful learning experiences, allowing students to participate actively in tasks that connect with real-life contexts and support their academic growth.

Research objectives

1. To study the current state and problems in learning interest and achievement of art students.

2. To draft the instructional model using John Dewey's theory and situational learning theory to enhance learning interest and achievement of art students.

Literature review

John Dewey's Theory of Experiential Learning

John Dewey's focus on real-life experiences has made him a key figure in the growth of experiential learning. He believed that the most effective learning happens when students tackle real-world problems, reflect on what they have learned, and keep learning through an active, ongoing process. Learning through experience and thinking about what students have learned should be at the center of planning what they study. Students gain knowledge by asking questions, trying things out, and solving real-life problems in meaningful situations. This "Pattern of Inquiry" helps learners construct knowledge by doing, reflecting on what they did, and forming general ideas from their experiences. Dewey also stressed continuity and interaction: each learning experience connects to past ones, and learning occurs through a mix of inner factors (thoughts and feelings) and outer factors (social interactions and surroundings). His view that education is an agent of social reform has also influenced early educational thinkers in China and the development of modern Chinese education (Liu, 2023). These ideas continue to shape curriculum design today, especially in art education, where students learn by doing and reflecting on their work, developing both skills and personal abilities (Seaman, 2017).

Situational Learning Theory

Situated learning theory, by Jean Lave and Etienne Wenger, suggests that learning works best when it happens through real involvement in social and cultural settings. Instead of thinking of knowledge as something that is passed down, it is understood as being built together through shared experiences and working together in groups that have common goals and practices. After first observing and listening, students gradually begin to join in by discussing and participating in activities that connect to daily life. This approach works especially well in subjects like art, where learning focusses on creativity and cultural expression (Besar, 2018). Recent research indicates that situational learning

theory is commonly used in professional education, particularly for grasping social concepts and creating interventions that are rooted in specific contexts. Some applications of the theory have shown mixed results, which reveals that teachers need to use it clearly and purposeful. For art education, situational learning theory offers a strong concept to encourage thinking, group involvement, and hand-on learning (O'Brien & Battista, 2020).

Integration of Dewey's Theory and Situational Learning in Art Education

Integrating John Dewey's experiential learning theory with Situated Learning Theory offers a powerful foundation for designing instructional models in art education. Dewey emphasized learning through doing, reflection, and interaction with real-life environments, where education becomes a process of growth rooted in personal experience and democratic participation (Allison & Seaman, 2017). Likewise, Situated Learning Theory focuses on context, community, and authentic participation, where learners build knowledge by engaging in real-world practices within communities of practice (Besar, 2018; O'Brien & Battista, 2020). When combined, these frameworks support student-centered learning that encourages creativity, collaboration, and critical thinking. In art education, this integration allows students to move beyond rote technique, engaging in artistic tasks that are culturally meaningful, collaborative, and reflective. Learners co-construct understanding with peers and mentors, making learning personally relevant and socially grounded. Such an approach mirrors authentic artistic practice and enhances both cognitive and emotional growth, especially in contexts where students' identities and cultural expression play a central role.

Conceptual framework

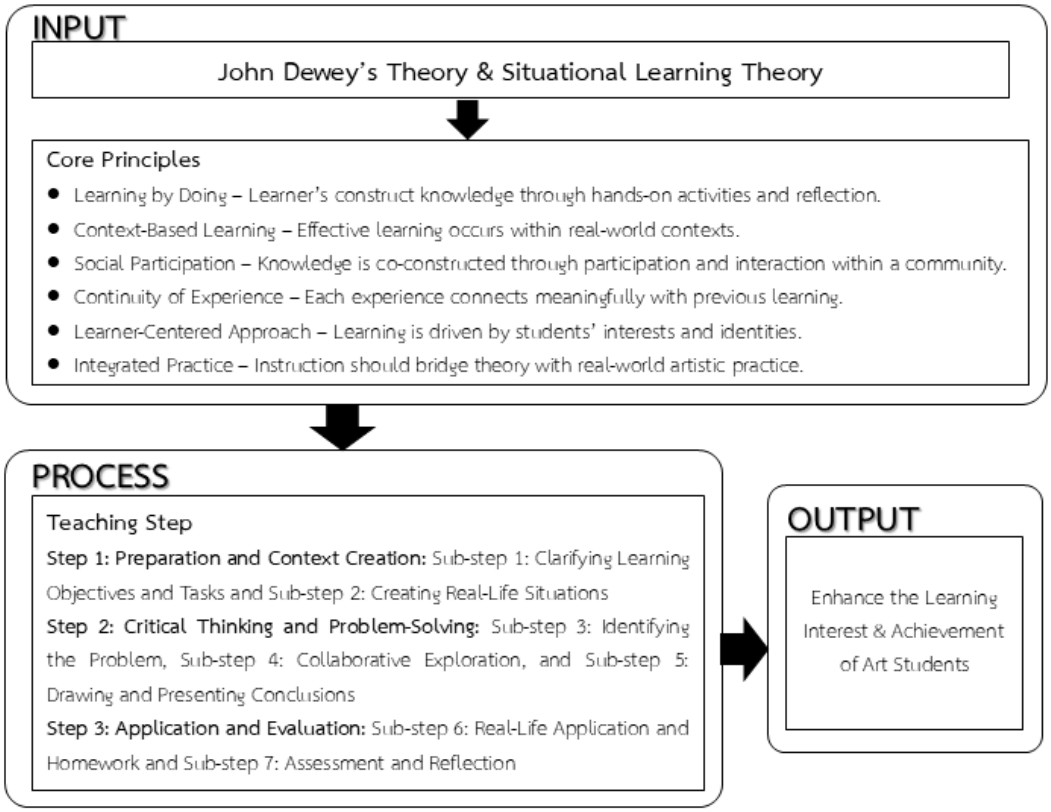


Figure 1 Conceptual framework

Research methodology

Informants: The informants consisted of five teachers who were purposively selected based on their qualifications and a minimum of five years of experience teaching the course "Ideology, Morality, and the Rule of Law." All of them were currently responsible for teaching this course at the undergraduate level. They were included for in-depth interviews. Additionally, 276 students from the Faculty of Fine and Applied Arts who had previously taken the course were selected from a total of 1,000 students using simple random sampling. These students were involved in both an opinion survey and an achievement test aimed at identifying weaknesses in their test performance.

Instruments: This research, which adopted an exploratory sequential mixed-methods design, used a semi-structured interview form for teachers. The experts checked the content to ensure its validity, and the items were analyzed using the Index of Item-Objective Congruence (IOC), which ranged between 0.80–1.00. The questionnaire for students was also examined in the same way, and all items

showed an IOC score of 1.00. In addition, an achievement test consisting of 23 items (9 multiple-choice, 9 true/false, 3 short-answer, and 2 discussion questions) was used to find out what types of questions students usually found difficult; the IOC scores from this test fell between 0.60–1.00 and it showed excellent internal consistency (Cronbach's alpha = 0.96). Furthermore, an evaluation form for the instructional model using John Dewey's theory and situational learning theory to enhance learning interest and achievement for art students was reviewed by five experts, and all the items on the form had IOC scores ranging between 0.80–1.00.

Data Collection:

1. The researchers interviewed teachers of the course "Ideology, Morality, and the Rule of Law" from October 5 to 10, 2024.

2. The researchers gave out questionnaires to 276 students from the Faculty of Fine and Applied Arts between November 11 and 31, 2024.

3. The researchers administered achievement tests to the same 276 students between November 21 and 25, 2024.

4. The researchers analyzed the qualitative and quantitative data that had been collected between November 26 and 30, 2024.

5. The researcher created the instructional model using the information gathered from interviews, questionnaires, and achievement tests between December 1 and 5, 2024.

6. The experts assessed the instructional model using the IOC method between December 6 and 10, 2024.

7. The researchers revised the instructional model according to the experts' recommendations between December 26 and 30, 2024.

Data Analysis: The data gathered from interviews with five teachers was examined through content analysis to find out the main topics, current problems, and difficulties connected to students' interest in learning and their academic performance. The findings helped shape the instructional model for the next phase of the research. The researchers used descriptive statistics, such as mean and standard deviation, to analyze the results from the achievement test and the learning interest questionnaire. This helped us identify the common areas where students had difficulty and understand their general level of interest in learning.

Results

1. Studying the Current State and Problems in the Learning Interest and Achievement of Art Students

Results from teachers' interviews

Five experienced teachers were interviewed, and the results showed that the biggest difficulty in teaching is helping students relate the abstract material to their everyday experiences. Teachers used role-playing games, interactive activities, and real-world examples to increase student interest and comprehension. At first, students showed only average interest, but the participatory methods helped increased their motivation. Teachers assessed how well students were learning through tests and projects, adjusted their teaching approaches based feedback from students and others, and suggested moving away from long lectures. They recommended adding more hands-on activities, student-led discussions, and better training for teachers.

Results from the students' questionnaire

From the responses of 276 art students who had taken the course "Ideology, Morality, and the Rule of Law," the results indicated that students generally showed a moderate to high level of learning interest. Approximately 35–40% of the students strongly agreed that interactive teaching strategies such as real-life case studies, group discussions, and situational activities helped increase their engagement and understanding of the subject matter.

During class, students were active, but only 30 to 35% said they remained interested after class, such as by thinking about what they learned or discussing it with friends. Fewer students took the initiative to learn more on their own or use what they learned in real-life situations. This means that more encouragement and support are necessary to keep people interested and involved after class ends.

Topics that attracted student interest included socialist core values, ethics in modern society, and legal rights and responsibilities. Key student recommendations for improving the course included incorporating more real-life examples, promoting student participation, using multimedia tools like videos and role-playing, and offering activities that connect with social issues or community involvement.

These results suggest that interactive and contextualized teaching methods are effective in increasing students' situational interest, but further strategies are needed to develop deeper and long-term engagement with the content.

Results from the students' test

From the test results of 276 art students using the Class of 2024 Ethics and Rule of Law exam, most students (35.14%) scored in the moderate range (70–79), while 25%

passed with lower scores (60–69), and 10.14% failed. Around 30% achieved good to excellent scores (80–100). Students performed well on questions related to basic moral concepts and socialist values (Q1, Q3, Q8), but struggled with abstract and philosophical topics (Q5, Q7, Q9). These lower scores that students are having trouble linking what they learn in class to real-life situations, and they also point out the limits of old teaching methods. The findings suggest that there is a need for more interesting and relevant teaching strategies that help students understand better.

2. Drafting the Instructional Model Using John Dewey's Theory and Situational Learning Theory to Enhance the Learning Interest and Achievement of Art Students

The researchers used the suggestions from informants during the early stage to shape the instructional model, which was designed based on John Dewey's theory and situational learning theory to enhance the learning interest and achievement of art students. The instructional model is made up for six components: first, introduction of the model; second, theoretical foundation; third, guiding principles; fourth, objectives; fifth, instructional procedures; and sixth, expected learning outcomes. The instructional procedures includes seven steps: introducing objectives and tasks, creating real-life situations, formulating problem, solving problems, concluding, validating conclusion, and evaluating.

The Index of Item-Objective Congruence (IOC) for the instruction model, as assessed by five experts, showed a score of 1.00 for all six components. The model was considered very appropriate, with an average rating of 4.87 and a standard deviation of 0.3, showing that experts largely agreed on its suitability. The theoretical foundations got the highest score of 5.00, then came the model's guiding principles with 4.90, followed by the instructional procedures at 4.94, and expected learning outcomes connected to student interest and engagement also scored 5.00.

Experts also gave recommendations for improvement, which include first, using case studies and role-playing exercises to help students better understand moral and legal ideas in real-life situations; second, offering teacher training to help them become more effective facilitators, and to improve their ability to manage the classroom and use student-centered teaching methods; third, broadening how students are assessed by including peer feedback, portfolio evaluations, and project-based assessments that reflect real-world scenarios; and fourth, adjusting how long each part of a lesson lasts so it matches how well students can learn, especially during parts that involve critical thinking or group discussions. Based on these recommendations, the researchers refined the instructional procedures for greater clarity and effectiveness while maintaining all

seven origin steps. Additionally, the instructional procedures consisted of seven steps as follows: introducing objectives and tasks, creating real-life situations, formulating problem, solving problems, concluding, validating conclusion, and evaluating.

Discussion

1. Discussion on the Current States and Problems in Learning Interest and Academic Achievement of Art Students

As the researchers surveyed both teachers and students, they found a moderate to strong level of interest, especially when lessons were linked to real-life situations through case studies or group discussions. However, students struggled to maintain engagement and had difficulty applying knowledge outside the classroom. The test results also showed weaknesses in dealing with abstract concepts related to philosophy, morality, and politics. These findings are consistent with Dewey's (1938) view that meaningful learning occurs through experience and reflection. This may also explain why art students who generally rely on sensory and practice-based learning perform better with concrete tasks but face challenges with abstract theoretical content. The results are in line with He's (2021) findings that using Dewey's ideas increases student participation and with Egana-delSol's (2023) study showing that real-life art workshops improved academic performance and creativity. Research on active learning also confirms that engaging with content through group work or role-play enhances motivation and deeper understanding.

Despite these advantages, experiential and situational approaches may face limitations, such as requiring more preparation time and resources. Compared with more structured approaches such as cognitivism or lecture-based teaching, Dewey's model places greater demands on teachers to contextualize content possibly contributing to students' continued difficulty with highly abstract topics.

2. Discussion on the Instructional Model Using John Dewey's Theory and Situated Learning Theory

The instructional model created in this study used ideas from John Dewey's theory and situational learning theory to address the learning issues found among art students. It has six components and follows seven teaching steps. The IOC for the model, evaluated by five experts, received a perfect score of 1.00 across all components. The model was also rated highly appropriate, with an average score of 4.87 and a standard deviation of 0.3, indicating that it successfully connects theoretical concepts with practical applications. Experts recommended several improvements, such as integrating more real-life activities like case studies and role-play, providing additional

teacher training, using varied assessments, and allowing more time for tasks that promote critical thinking. These suggestions are consistent with Dewey's view that learning occurs through experience and reflection, as well as with situated learning, which emphasizes social interaction and real-world situations (Dewey, 1938; Lave & Wenger, 1991). The alignment of these recommendations with both theories may explain why the model fits well with art students, who typically learn best through hands-on, experiential, and socially guided activities.

This model is also supported by Sulistiawati (2024), who found that Dewey's ideas remain relevant in digital learning environments, and by Sriyanta et al. (2019), who showed that situated learning combined with teacher creativity can enhance motivation and help students apply knowledge in real-life contexts. However, implementing this model may pose challenges, such as requiring additional preparation time, teacher expertise, and adequate learning resources. Compared with more structured approaches such as cognitivism or lecture-based teaching, this model demands more facilitation and contextualization, which may be difficult in large classes or time-limited settings.

Body of knowledge

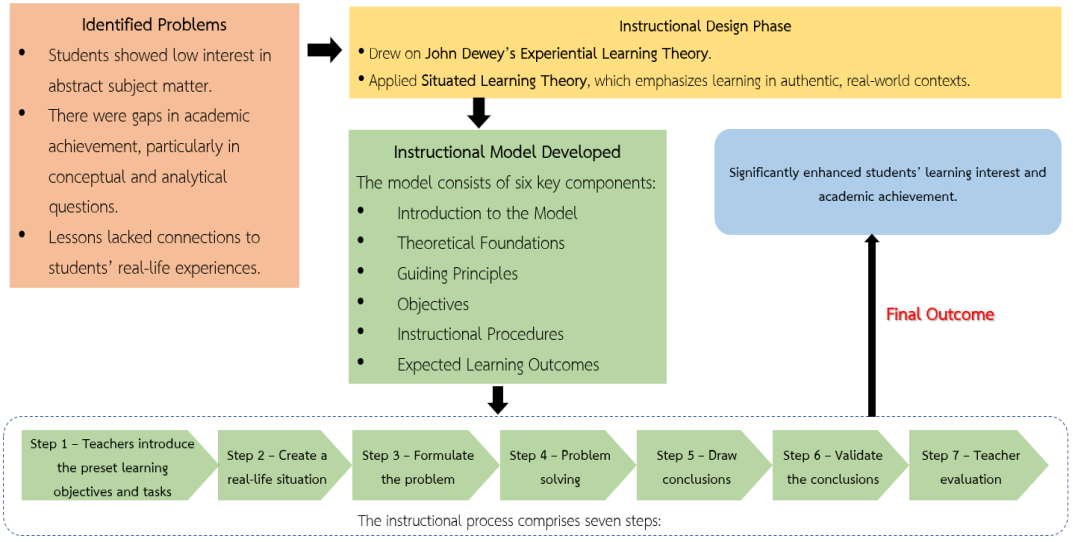


Figure 2 body of knowledge from the research

Figure 2 displays the findings from this study. It creates an instructional model for art students enrolled in classes on abstract subjects like "Ideology, Morality, and the Rule of Law" by fusing theory with empirical facts. After examining similar problems, this model was created by fusing principles from John Dewey's theory and situated

learning theory. It has six components and seven instructional procedures. The knowledge from this study gives a useful guide using theories in teaching, supports students' involvement, meaningful learning situation, and fits to the learner-centered way.

Conclusions

1. The Current States and Problems in Learning Interest and Achievement of Art Students

Many art students demonstrated sincere interest in the course topics, such as ideology, morality, and the rule of law, despite the fact that they frequently found it difficult to stay focused or perform consistently over time. This happened as a result of lectures being the main teaching method and the excessively abstract nature of the material, which did not fit with the students' existing knowledge. Instructors discovered that providing students with real-world examples and allowing them to discuss them greatly increased student participation. Dewey's theories of experiential learning and the development of understanding through the application of concepts to real-world situations are in line with this.

2. Effectiveness and Appropriateness of the Developed Instructional Model

The instructional model based on John Dewey's learning theory and situated learning theory got a perfect IOC score of 1.00 for all components, with a high overall appropriateness rating (mean = 4.87, SD = 0.3). The model consists of six components: introduction, theoretical foundation, guiding principles, objectives, instructional procedures, and expected outcomes. The instructional process has seven steps: starting by explaining the goals and tasks, setting up real-life scenarios, presenting a problem, working through solutions, wrapping up the lesson, checking if the conclusions are correct, and assessing the learning. The model addresses the issues that were previously mentioned by using hands-on, real-world, and student-centered methods. Input from experts helped improve the structure, and research supports that this approach is effective in building interest and achieving success, especially in complex or multi-topic areas like ethics and law.

Suggestion

From the research results the researcher has suggestions as follows:

Suggestion for application

1. According to the study's findings regarding the existing state and problems in terms of learning interest and achievement, it is recommended that the involved parties adopt more interactive and context-based teaching methods in the classroom.

2. Because the study found that the instructional model based on John Dewey's theory and situational learning theory was validated and considered highly appropriate, the model should be used in similar courses and further tested in other educational settings.

Suggestion for future research

1. The research showed that the instructional model successfully increased learning interest and achievement for art students. Because of this, it can be used in other courses that deal with abstract content at the higher education level, especially by linking the course material to real-life situations that students can relate to.

2. Future research should explore applying this model to students in early education or test it against other teaching methods to see how effective it is in other learning environments.

References

Allison, P., & Seaman, J. (2017). Experiential education. In M. A. Peters (Ed.), *Encyclopedia of Educational Philosophy and Theory.* Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-287-532-7_449-1

Besar, P. H. S. N. (2018). Situated Learning Theory: The Key to Effective Classroom Teaching? *HONAI: International Journal for Educational, Social, Political & Cultural Studies, 1*(1), 49–60. https://www.researchgate.net/publication/327530821_Situated_Learning_Theory_The_Key_to_Effective_Classroom_Teaching.

Dewey, J. (1938). *Experience and education.* New York: Kappa Delta Pi.

Egana-delSol, P. (2023). The impacts of a high-school art-based program on academic achievements, creativity, and creative behaviors. *npj Science of Learning, 8*(1), Article 39. https://doi.org/10.1038/s41539-023-00187-6

He, H. (2021). Teaching citizenship education through John Dewey's experiential learning: A case study of moral education in China. *Social Studies Research and Practice, 16*(3), 392–410. https://doi.org/10.1108/ssrp-09-2021-0027

Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*. Cambridge University Press.

Liu, X. (2023). John Dewey and the rise of Marxism in China: How John Dewey inspired the educational ideas of the Chinese Communist Party. *Educational Philosophy and Theory, 55*(6), 605–615. https://doi.org/10.1080/00131857.2023.2297645

Ma, Y. (2022). Exploring High School Art Education in China. *In Proceedings of the 2021 International Conference on Education, Language and Art (ICELA 2021)* (pp. 534-538). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/assehr.k.220131.096

O'Brien, B. C., & Battista, A. (2020). Situated learning theory in health professions education research: A scoping review. *Advances in Health Sciences Education, 25*, 483–509. https://doi.org/10.1007/s10459-019-09900-z

Sikandar, A. (2015). John Dewey and His Philosophy of Education. *Journal of Education and Educational Development, 2*(2), 191–201. https://www.researchgate.net/publication/314967156_John_Dewey_and_His_Philosophy_of_Education

Sriyanta, R. A., Notosudjono, D., & Rubini, B. (2019). The Innovative Improvement through Strengthening Quality of Work Life, Situational Leadership, and Self-Efficacy by Using Scientific Identification Theory of Operation Research in Education Management (SITOREM). *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR), 7*(12), 32–39. https://doi.org/10.20431/2349-0349.0712005

Sulistiawati, S. (2024). The Relevance of John Dewey's Philosophy of Education in Early Childhood Development in the Digital Age. *Journal of Childhood Development, 4*(2). https://doi.org/10.25217/jcd.v4i2.3902

การฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

REHABILITATION FOR DONG LAKORN OLD TOWN CULTURAL HERITAGE TO HISTORICAL TOURISM DEVELOPMENT

พัชรี กล่อมเมือง*, ณัฏฐา เกิดทรัพย์ และวณิฎา ศิริวรสกุล
Patcharee Klommuang*, Natta Kertsup, and Wanida Siriworasakul
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
Faculty of Humanities and Social Sciences, Phranakhon Rajabhat university
*Corresponding Author E-mail: nongam_patcharee@hotmail.com
Received June 13, 2025; **Revised** December 6, 2025; **Accepted** December 9, 2025

บทคัดย่อ

การฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองโบราณดงละคร 2) แนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก ด้วยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา และข้อมูลเชิงคุณภาพได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครนายก และผู้นำชุมชนในพื้นที่ตำบลดงละคร จำนวน 20 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยการตีความเชิงอุปนัยและการวิเคราะห์เชิงตรรกะแล้วใช้การพรรณนาความ ผลการวิจัยพบว่า

1) ภาพรวมการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านสภาพของโบราณสถาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการคมนาคม ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และด้านความร่วมมือของชุมชน

2) ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองโบราณดงละคร คือ ประวัติศาสตร์และความเป็นมาทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองโบราณ

3) แนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ ปัญหาและอุปสรรคในฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร แนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณดงละคร การสืบทอดและการเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร การสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน และกิจกรรมการเรียนการสอนที่เกิดขึ้นในชุมชน

คำสำคัญ: การฟื้นฟู, มรดกทางวัฒนธรรม, การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

Abstract

This research aimed to explore the restoration of the cultural heritage of the ancient city of Dong Lakhon to support the development of historical tourism. The objectives were twofold: (1) to examine the history, background, cultural resources, and key tourism assets of the ancient city of Dong Lakhon; and (2) to identify strategies for restoring the cultural heritage to promote historical tourism in Mueang Nakhon Nayok

District, Nakhon Nayok Province. The research utilized a mixed-methods approach. Quantitative data were collected from 400 participants via questionnaires and analyzed using descriptive statistical methods. In parallel, qualitative data were gathered through interviews with key informants, including representatives from the Tourism Authority of Thailand in Nakhon Nayok and 20 community leaders from Dong Lakhon Subdistrict. The qualitative data were interpreted using inductive reasoning, logical analysis, and descriptive narrative techniques. The findings are summarized as follows:

1. The overall condition of the cultural heritage restoration in the ancient city of Dong Lakhon is at a high level. This includes the condition of archaeological sites, the provision of public amenities, transportation infrastructure, the organization of historical tourism activities, and the active participation and collaboration of the local community.

2. The city has important historical and cultural value, encompassing notable archaeological resources and major tourism attractions that reflect its historical legacy.

3. Restoration strategies for promoting historical tourism include identifying challenges and limitations, implementing cultural heritage preservation plans, supporting the transmission and learning of heritage knowledge, ensuring participation from both public and private sectors, and integrating educational activities within the local community.

Keywords: Rehabilitation, Cultural Heritage, Historical Tourism.

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวนั้นนับเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้เป็นมูลค่าอย่างมากมายมหาศาลในแต่ละปี ซึ่งหากพิจารณาจากระบบการจัดการการท่องเที่ยวนั้นจะพบว่า การดำเนินการท่องเที่ยวประกอบด้วย มิติการท่องเที่ยวในระดับชาติและระดับพื้นที่ โดยในระดับชาติจะพิจารณาในเชิงภาพรวมของการท่องเที่ยวของประเทศอันประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม สิ่งแวดล้อม โบราณสถาน โบราณวัตถุ รวมถึงวัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม ซึ่งนับว่าเป็นรายได้ด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย การท่องเที่ยวนั้นมีอยู่หลากหลายรูปแบบ โดยการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นั้นเป็น รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าซึ่งเป็นการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวโยงกับทางประวัติศาสตร์ในอดีต เพื่อรับอรรถรสและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ในสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงได้ความรู้และมีความเข้าใจต่อความเป็นมาของโบราณสถานและโบราณวัตถุต่าง ๆ ทั้งจากกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือการถูกวัดให้เป็นกลุ่มสินค้าการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ รวมทั้งนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐที่มุ่งรักษาและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยจะมีการสนับสนุนการกำหนดจุดขายที่ชัดเจนและเชื่อมโยงให้เกิดการเกื้อหนุนกันภายใต้แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (กฤษณะ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์, 2564) กระแสการตื่นตัวด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวและสถานศึกษาในระดับต่าง ๆ ที่ต้องการแสวงหาความรู้ หาประสบการณ์ เรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น (สุธาสินี วิยาภรณ์ ตุลา ไชยาศิรินทร์โรจน์ และรุจิภา สินสมบูรณ์ทอง, 2564) โดยเฉพาะจังหวัดที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ย่อมมีประวัติศาสตร์ความเป็นมา โบราณสถาน โบราณวัตถุรวมถึงวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่นและ

ทรัพยากรธรรมชาติด้านการท่องเที่ยวที่สืบทอดมาแต่ครั้งบรรพบุรุษ มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และยังคงได้รับการอนุรักษ์สืบสานมายังรุ่นลูกหลานในปัจจุบัน

จากการศึกษาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะที่ผ่านมาทำให้เห็นว่าธุรกิจการท่องเที่ยวได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่พัก แรมตามแหล่งท่องเที่ยว และยังมีบริการในรูปแบบใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้นในพื้นที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ แต่ในพื้นที่ของการท่องเที่ยวของเมืองโบราณดงละครนั้นยังไม่เป็นที่รู้จักแก่ นักท่องเที่ยวมากนัก งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษามรดกทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ของเมืองโบราณดงละคร เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางเข้ามายังพื้นที่จังหวัดนครนายก (พัชรี กล่อมเมือง และคณะ, 2566)

เมืองโบราณดงละครเป็นชุมชนโบราณที่ยังคงเหลือร่องรอยหลักฐานให้ศึกษา แต่ยังขาดการอนุรักษ์ของคนในชุมชน จึงทำให้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของชุมชนค่อย ๆ หายไป คนในวัยหนุ่มสาวก็หันไปใช้ชีวิตในตัวเมืองมากขึ้น จึงทำให้ชุมชนค่อย ๆ เลือนหายไปกับกาลเวลา ตำนานเรื่องราวต่าง ๆ ของชุมชนก็ค่อย ๆ หายไปกับความทรุดโทรมของพื้นที่ อีกทั้งเมืองโบราณดงละครยังมีเรื่องราวต่าง ๆ ที่น่าสนใจอีกมากมาย งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครและหาวิธีการอนุรักษ์สืบทอด สืบสานและฟื้นฟูให้คนรุ่นหลังได้รับรู้และสืบทอดคงไว้ นอกจากนั้นการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร ยังกำหนดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ชุมชนในพื้นที่เหล่านี้ได้พัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนเอง เช่น การศึกษาความเป็นมาของชุมชน แหล่งท่องเที่ยว สถาปัตยกรรม เหล่านี้เป็นต้น ถือได้ว่าชุมชนสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวและเสริมสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองโบราณดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก
2. เพื่อเสนอแนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในบทความนี้นำเสนอภาพรวมของพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของการเดินทาง โดยเริ่มตั้งแต่ยุคอาณาจักรโบราณ เช่น อียิปต์ กรีก โรมัน ซึ่งการเดินทางเกิดจากการค้า การทูต และการก่อสร้าง ต่อมาได้ขยายบทบาทสู่การพักผ่อนและความบันเทิงของประชาชนในยุคสมัยใหม่ โดยมีองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว คือ 1) การเข้าถึง เช่น โครงสร้างพื้นฐาน ป้ายบอกทาง 2) ที่พักสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวหลากหลายระดับ 3) แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจ 4) กิจกรรมที่สร้างประสบการณ์พิเศษ เช่น ดำน้ำ ปีนเขา และ 5) บริการเบ็ดเตล็ด เช่น โรงพยาบาล ร้านอาหาร (พัชรี กล่อมเมือง และคณะ, 2566) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ คือแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์แหล่งโบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรือสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์ที่สำคัญเกิดขึ้นในอดีต เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ สถานที่

หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้ไปเรียนรู้ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมหรือประเพณีที่สืบทอดกันมายาวนานของสถานที่นั้นๆ ได้ (ธณัศวัล กุลศร และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์, 2559)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน อุทยาน ประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังสถานที่ที่มีโบราณสถานโบราณวัตถุซึ่งมีความงดงามสามารถเชื่อมโยงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วิถีชีวิต ชาติพันธุ์ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมจากอดีตสู่ปัจจุบัน ผ่านทางสถานที่ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ งานศิลปหัตถกรรมพื้นเมือง เครื่องประดับที่ทำมาจากวัสดุที่เหลือใช้ เศษหิน แร่ แก้ว กระเบื้อง หรือแม้แต่เศษซากพืชซากสัตว์ โดยมนุษย์นำมาขัดถูหรือฝนให้เป็นรูปแบบต่าง ๆ ตามความรู้สึกนึกคิด หรือจินตนาการเพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกันบ้าง ก็นำมาทำเป็นเครื่องประดับเพื่อความสวยงาม และความเชื่อของมนุษย์ในสมัยนั้น รวมถึงความเป็นมิตรความซื่อสัตย์ของคนในท้องถิ่นสามารถสร้างบรรยากาศและความประทับใจที่ดีแก่นักท่องเที่ยวและประเด็น ที่สำคัญในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นั้นคือมุ่งเน้นในเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจและการศึกษาหาความรู้ (ธนะวิทย์ เพียรดี, 2562)

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) นั้นถือเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว รวมถึงการจัดบริการอื่น ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดย 1) การพัฒนาศักยภาพชุมชนอย่างมีส่วนร่วม โดยมีกิจกรรมคือ การสร้างทีม มีการแต่งตั้งคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) การพัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยว มีการส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยว 3) การพัฒนาคุณภาพการสื่อสารด้านการท่องเที่ยว 4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีเส้นทางปั่นจักรยานตามเส้นทางธรรมชาติที่ปลอดภัย มีศูนย์กลางเรียนรู้ชุมชน และ 5) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรในชุมชน (เศรษฐพงษ์ ปุจฉาการ, กนก พานทอง และปริญญา เรืองทิพย์, 2566)

นอกจากนี้ความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสามารถนำมาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการแก้ปัญหาและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศได้เนื่องจาก 1) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากตัวนักท่องเที่ยวเองที่มีความต้องการที่จะท่องเที่ยวทำให้มีรายได้หมุนเวียนในประเทศอย่างมากมาย ซึ่งถือเป็นการแก้ปัญหาดุลการค้าระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพมากวิธีหนึ่ง 2) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อให้เกิดการจ้างงานและก่อให้เกิดกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจขึ้นมากมาย เช่น การให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว การบริการ ขนส่ง การประกันภัย บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร ธุรกิจ โรงแรมที่พัก งานดูแลบำรุงรักษา งานรักษาความปลอดภัย เป็นต้น 3) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จะได้รับการปรับปรุงดูแลให้สะอาด และสวยงามอยู่เสมอ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวกันมากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการสร้างรายได้ของคนในท้องถิ่น 4) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่อง แก่คนท้องถิ่น เช่น การผลิตผลผลิตทางการเกษตร การขายอาหาร การขายของที่ระลึก การบริการที่พัก การนำเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการสร้างรายได้ให้กับคนท้องถิ่น 5) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทำให้มนุษย์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเหลือเก็บไว้ใช้ได้อย่างยาวนาน (ชิตาวีร์ สุขคร, 2562)

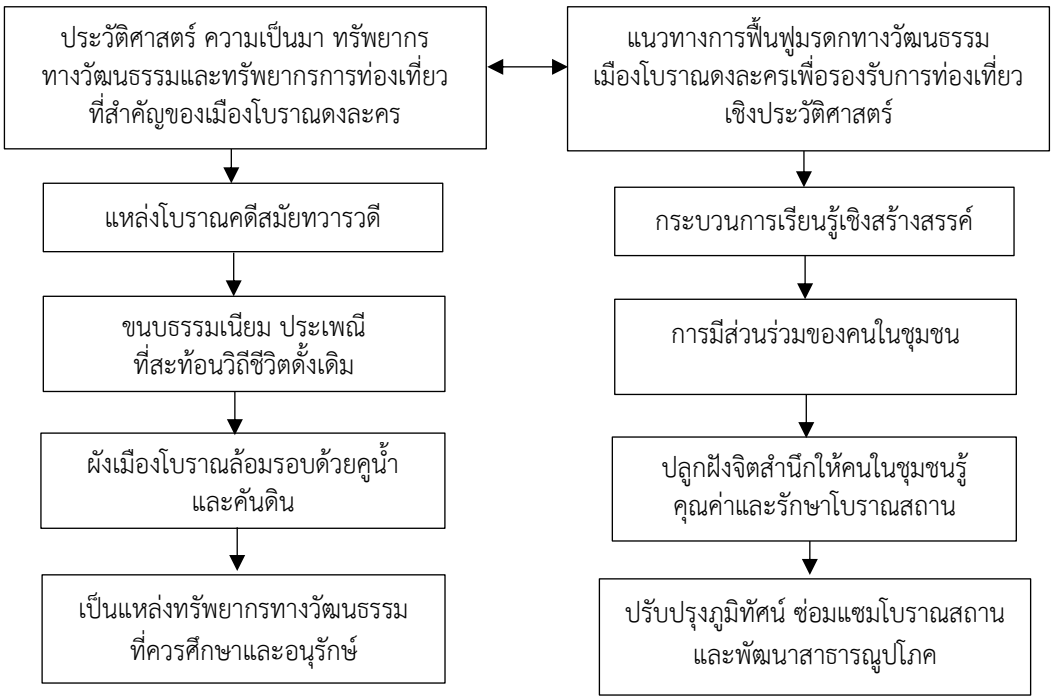
เมืองโบราณดงละคร

เป็นสถานที่ตั้งเมืองโบราณสมัยทวารวดีและขอม อยู่ที่ตำบลดงละคร ห่างจากตัวเมือง 9 กิโลเมตร ไปตามทางหลวงหมายเลข 3076 เลี้ยวขวาเข้าไป 6 กิโลเมตร ผ่านวัดเจดีย์ทอง แล้วเลี้ยวทางไปวัดดงละคร เดิมเรียกว่า “เมืองลับแล” เป็นสถานที่ตั้งเมืองโบราณสมัยทวาราวดีและขอม เนินดินดงละครหรือดงใหญ่มีพื้นที่ 6 ตารางกิโลเมตร ภายในมีเมืองโบราณหรือดงเล็ก ลักษณะเป็นรูปไข่อยู่ค่อนไปทางทิศตะวันตกของเนินดิน มีคันดินเป็นกำแพง 2 ชั้นเรียกว่า “สันคูเมือง” และมีคูน้ำล้อมรอบ ภายในเมืองน่าจะเป็นที่อยู่อาศัยของชนชั้นปกครอง ส่วนประชาชนตั้งบ้านเรือนเรียงรายอยู่ในบริเวณที่ลุ่มรอบเมืองความรุ่งเรืองแบ่งเป็นสองช่วง ช่วงแรกเริ่มพุทธศตวรรษที่ 14-16 เป็นวัฒนธรรมแบบทวาราวดี ช่วงที่สองพุทธศตวรรษที่ 17-19 เป็นวัฒนธรรมขอมและวัฒนธรรมก่อนอยุธยา พุทธศตวรรษที่ 19 ชาวบ้านดงละครคงจะอพยพไปตั้งถิ่นฐานตามลำน้ำสายหลักในจังหวัดนครนายก สันนิษฐานว่าน่าจะมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับเมืองศรีมโหสถที่จังหวัดปราจีนบุรี เพราะเมืองทั้งสองอยู่ห่างกันเพียง 55 กิโลเมตร โบราณวัตถุที่ค้นพบ ได้แก่ เศษภาชนะดินเผา ภาชนะเคลือบสีฟ้า ลูกปัดแก้ว ลูกปัดหิน เบี้ยดินเผา แผ่นตะกั่ว ตุ้มหูแหวนและกำไลสัมฤทธิ์แผ่นทองคำ เศียรพระพุทธรูปกะไหล่ทอง และสถูปศิลาแลง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นสถานที่ที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสิ่งก่อสร้างเก่าแก่หรือสถานที่ที่เคยเกิดเหตุการณ์สำคัญ เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ และกำแพงเมือง การเดินทางไปยังสถานที่เหล่านี้ช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เรื่องราวทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วิถีชีวิต ชาติพันธุ์ ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมในอดีต นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม หรือประเพณีที่สืบทอดกันมา เช่น การแต่งกาย ภาษา และอาหารการกิน โดยนักท่องเที่ยวสามารถซึมซับประสบการณ์เหล่านี้ผ่านการปฏิสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่นได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เน้นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ วัด และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและการศึกษาหาความรู้ นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ สังคม เศรษฐกิจ การเมือง วิถีชีวิต ชาติพันธุ์ รวมถึงขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม ผ่านสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และสิ่งประดิษฐ์จากอดีต

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีที่มาจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (1) มรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว อ้างอิงจากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Richards, 2018; Timothy, 2011) (2) การเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชน สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมของชุมชน (Arnstein, 1969; Moscardo, 2014) (3) สิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ มาจากทฤษฎีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Butler, 1999; Choi & Sirakaya, 2006) และ (4) การสืบสานและการอนุรักษ์ ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และทฤษฎีทุนทางวัฒนธรรม (Bourdieu, 1986; Weaver, 2001) ดังภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการแจกแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองโบราณดงละครในปี พ.ศ. 2567 ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์และจัดทำเวทีกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การสังเกตสภาพกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่ศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองโบราณดงละครในปี พ.ศ. 2567 กลุ่มตัวอย่างได้จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองโบราณดงละครในช่วงเวลาดังกล่าว จำนวน 400 คน โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ระหว่างค่าจริงกับค่าประมาณร้อยละ 5 (ระดับ 0.05) และดำเนินการคัดเลือกด้วยวิธีการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ที่บังเอิญพบ ณ สถานที่ท่องเที่ยวและยินยอมให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครนายก ตัวแทนองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้นำชุมชน และตัวแทนภาคเอกชนของตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก จำนวนรวมทั้งสิ้น 20 คน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ ความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองโบราณดงละคร ได้แก่ หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครนายก และหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่หรือบทบาทเชื่อมโยงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นผู้แทนของชุมชนหรือภาคส่วนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ผู้นำชุมชนและตัวแทนภาคเอกชนในตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก มีความรู้ ประสบการณ์ หรือข้อมูลเชิงลึก เกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ สามารถสะท้อนมุมมอง ความคิดเห็น และ

ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างรอบด้าน ได้รับการยอมรับจากชุมชนหรือองค์กรต้นสังกัด เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามด้วยการนำกรอบแนวคิดการวิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัยมาสร้างแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การนำแบบสอบถามไปตรวจสอบคุณภาพการตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) ด้วยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับวัตถุประสงค์และความถูกต้องของการใช้ภาษา เพื่อปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (try out) กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Method) ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.8572

2. การนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ด้านความเที่ยงตรง โดยผู้ทรงคุณวุฒิช่วยพิจารณาแก้ไขภาษา ตรวจสอบข้อคำถามในการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุม เนื้อหาครบถ้วน ถูกต้องเหมาะสม แล้วนำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไข และเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง หลังจากนั้นจึงนำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านความเห็นชอบแล้วไปทดลองสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความน่าเชื่อถือด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญนั้นไปยืนยันคำตอบของผู้วิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยขอความร่วมมือให้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองโบราณดงละคร โดยการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองโบราณดงละครในปี พ.ศ. 2567 โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง เก็บรวบรวมแบบสำรวจได้ทั้งหมด 400 คน และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำไปบันทึกด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิจัย และนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูล

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และสนทนากลุ่มด้วยการจัดทำเวทีชุมชน ได้แก่ หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครนายก ตัวแทนองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้นำชุมชน และตัวแทนภาคเอกชนของตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก เพื่อหาแนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก และระดมสมองแนวทางในพื้นที่ตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก 13 หมู่บ้าน และมีการสังเกตสภาพกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก 13 หมู่บ้าน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์ ได้แก่ เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เมืองโบราณดงละคร และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติเชิงพรรณนา

ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยการหาค่าความถี่ (n) และค่าร้อยละ (%) แบบสอบถามส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เมืองโบราณดงละคร ด้วยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยายที่กำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ และแบบสอบถามส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้วยการตีความและสรุป

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า และข้อมูลที่ได้นั้นมีความครบถ้วนสามารถนำไปตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ มีความน่าเชื่อถือและรายละเอียดเพียงพอที่สามารถนำมาอธิบายประกอบความสัมพันธ์ต่าง ๆ ด้วยการตีความสรุปเชิงอุปนัย และการวิเคราะห์เชิงตรรกะแล้วใช้การพรรณนาความ (Descriptive) แล้วนำมาสรุปเพื่อนำเสนอต่อไป

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองโบราณดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ 1) ประวัติศาสตร์และความเป็นมา 2) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว 3) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณ และ 4) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองโบราณ จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองโบราณดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก ประกอบด้วย แหล่งโบราณคดีสมัยทวารวดี รวมถึงปัจจัยเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ความเป็นมา ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองโบราณดงละคร ได้แก่ ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่สะท้อนวิถีชีวิตดั้งเดิม เมืองโบราณล้อมรอบด้วยคูน้ำและคันดิน และเป็นแหล่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ควรศึกษาและอนุรักษ์ ซึ่งในส่วนของเชิงปริมาณพบว่าการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ พบว่า ข้อมูลทั่วไปของประชาชนในพื้นที่ตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก และจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองโบราณดงละครในปี พ.ศ. 2567 เป็นเพศชาย ร้อยละ 47.0 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.0 มีอายุ 33-38 ปี ร้อยละ 23.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 35.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 25.0 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 41.0 และอาศัยอยู่ในชุมชน 11 ปีขึ้นไป ร้อยละ 35.0 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน คือ 1) สภาพของโบราณสถาน ($\bar{X}$ = 4.54) 2) สิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$ = 4.53) 3) การคมนาคม ($\bar{X}$ = 4.53) 4) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ($\bar{X}$ = 4.52) และ 5) ความร่วมมือของชุมชน ($\bar{X}$ = 4.52)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ 1) ปัญหาและอุปสรรคในฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร 2) แนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร 3) อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณดงละคร 4) การสืบทอดและการเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร 5) การสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน และ 6) กิจกรรมการเรียนการสอนที่เกิดขึ้นในชุมชน นอกจากนี้กระบวนการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ รวมถึงปัจจัยเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ได้แก่ การมีส่วนร่วมของ

คนในชุมชน ปลูกฝังจิตสำนึกให้คนในชุมชนรู้คุณค่าและรักษาโบราณสถาน และปรับปรุงภูมิทัศน์ซ่อมแซมโบราณสถานและพัฒนาสาธารณูปโภค

อภิปรายผล

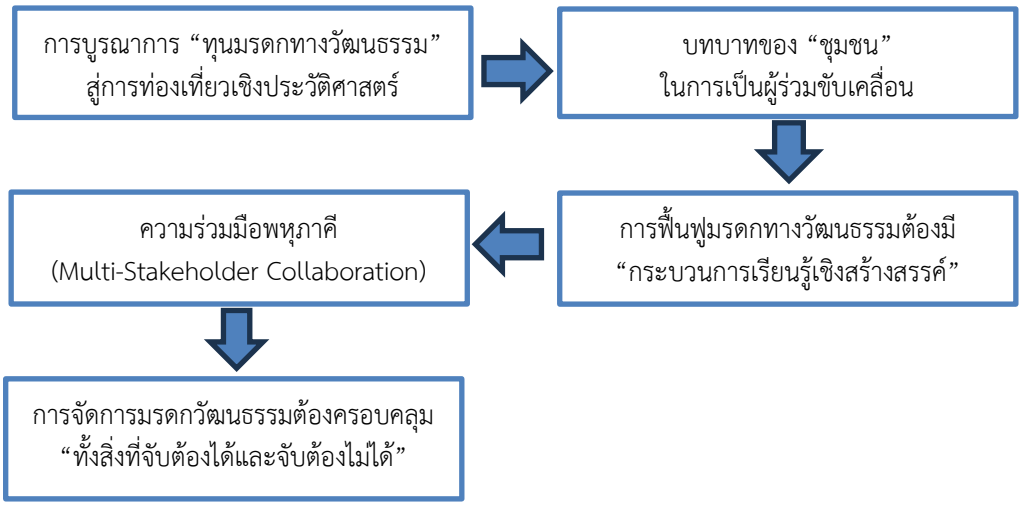
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า 1) ประวัติศาสตร์และความเป็นมา 2) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยว 3) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณ และ 4) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองโบราณ สอดคล้องกับ ทองคำ ดวงขันเพ็ชร และพระเดชขจร ขนฺติธโร (ภูทิพย์) (2564) ได้กล่าวถึง องค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ คือ ประวัติหลวงพ่อพระใส หลวงพ่อองค์ตื้อ หลวงพ่อพระเสี่ยง ซึ่งทั้ง 3 องค์ มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ลุ่มน้ำโขงมาอย่างยาวนาน ประเพณีสรงน้ำหลวงพ่อพระใส หลวงพ่อองค์ตื้อ หลวงพ่อพระเสี่ยง และประเพณีบั้งไฟเสี่ยง เป็นงานบุญเดือน 6 หรือบุญบั้งไฟประชาชนลุ่มน้ำโขง ซึ่งรูปแบบการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์และมีความร่วมของชุมชนลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ การมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำโขงผ่านการขับเคลื่อนผลักดันโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ การมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำโขงโดยภาครัฐ การมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำโขงโดยวัดและชาวบ้าน ทองคำ ดวงขันเพ็ชร (2567) ได้อธิบายให้การสนับสนุนว่า การฟื้นฟูโดยการเลือกสรรภูมิปัญญาที่กำลังสูญหาย หรือที่สูญหายไปแล้วมาทำให้มีคุณค่าและมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตในท้องถิ่น โดยเฉพาะพื้นฐานทางจริยธรรม คุณธรรม และค่านิยม ดังนั้นรูปแบบการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมโดยวัดและชาวบ้าน เป็นการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ รักษามรดกทางวัฒนธรรมประเพณีให้ดำรงอยู่คู่ชุมชนลุ่มน้ำโขง โดยมุ่งให้ความสำคัญของมรดกวัฒนธรรมประเพณีที่สร้างสรรค์ขึ้นมาบนพื้นฐานความเชื่อความศรัทธาในศาสนาและกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความหลากหลายและแตกต่างกัน แต่สามารถอยู่ร่วมกันอย่างผสมผสานกลมกลืนเป็นหลักการพื้นฐานในการบริหารจัดการโดยมีการศึกษาอดีตและปัจจุบันในทุกมิติ ซึ่งเน้นที่กระบวนการการมีส่วนร่วมโดยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ซึ่งแหล่งและมรดกวัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวข้องตั้งอยู่ โดยคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชนทั้งนี้ควรจัดให้มีการประชุมสัมมนาร่วมกันเสมอ พิจารณาในแนวทางของการจัดการมรดกวัฒนธรรมประเพณีที่จับต้องได้แต่ทั้งนี้ก็ให้คำนึงถึงคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมประเพณีที่จับต้องไม่ได้ที่เกี่ยวข้องด้วย เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์และสืบสานมรดกวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ โดยดำรงไว้ซึ่งความหลากหลายของอัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดถึงส่งเสริมเผยแพร่และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของมรดกวัฒนธรรมอย่างทั่วถึง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า แนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ 1) ปัญหาและอุปสรรคในฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร 2) แนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร 3) อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณดงละคร 4) การสืบทอดและการเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร 5) การสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน และ 6) กิจกรรมการเรียนการสอนที่เกิดขึ้นในชุมชน สอดคล้องกับ พาฝัน นิลสวัสดิ์ ดูฮาเมลน์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพมรดกทางประวัติศาสตร์ของเมืองเก่าสงขลา เพื่อเพิ่มมูลค่าในรูปแบบของการท่องเที่ยวเมืองเก่า พบว่า เมืองเก่าสงขลาเป็นเมืองที่มีทุนมรดกทางประวัติศาสตร์ซึ่งปรากฏออกมาในรูปของสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม และศิลปวัตถุ สามารถนามาเพิ่มมูลค่าทางด้านการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์หรือการท่องเที่ยวเมืองเก่าได้เป็นอย่างดี การนามรดกทางประวัติศาสตร์เหล่านี้มาเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการจัดการด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวให้พร้อมทั้งด้านการอนุรักษ์บูรณะและพัฒนาแหล่งประวัติศาสตร์รวมถึงบริเวณโดยรอบ การจัดการการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และ

การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว การสร้างความพร้อมเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนโดยเฉพาะจากประชาชนที่อยู่อาศัยในพื้นที่เมืองเก่าทั้งในเรื่องการร่วมอนุรักษ์บูรณะดูแลแหล่งดึงดูดใจทางประวัติศาสตร์ การร่วมดูแลรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบต่าง ๆ ภายในพื้นที่เมืองเก่า และการเคารพในกฎระเบียบที่สร้างขึ้นมาบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่เมืองเก่า ยังสอดคล้องกับ สุธาสินี วิยาภรณ์ ตุลา ไชยาศิรินทร์โรจน์ และรุจิภา สินสมบูรณ์ทอง (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต พบว่า 1) นโยบายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐยังคงพัฒนาได้ไม่ครบถ้วนโดย ภาครัฐควรทำความร่วมมือกับคนในชุมชนเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย 2) ชาวบ้านในชุมชนย่าน เมืองเก่ายังขาดความรู้และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวภาครัฐควรจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวมาอบรมให้ความรู้กับชาวบ้านอย่างสม่ำเสมอ 3) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือ กับหน่วยงานท้องถิ่นและคนในชุมชนจะประกอบอาชีพค้าขายของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นเพื่อเป็นการกระจายรายได้และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และ 4) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พัก ด้านความสะดวกในการเดินทาง ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการบริการการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของชุมชนและศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งยังสอดคล้องกับ ฟ้าพิไล ทวีสินโสภา และกิตติศักดิ์ ทวีสินโสภา (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม ตำนานเมืองเก่า เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านหยงสตาร์ จังหวัดตรัง พบว่า จากพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่ายังไม่เคยมาหมู่บ้านหยงสตาร์ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42.50 ส่วนวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาหมู่บ้านหยงสตาร์ของนักท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.80 จำนวนสมาชิกที่เดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ 2-3 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ส่วนลักษณะความสัมพันธ์ของสมาชิกที่ร่วมเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยว คือมีความสัมพันธ์เป็นครอบครัว มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 47 ส่วนค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยว มากที่สุดคืออัตรา 1,000-1,500 ดอลล่าร์ คิดเป็นร้อยละ 62 (2) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า ด้านความปลอดภัยรองลงมา คือด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อด้วยด้านการคมนาคม และสุดท้ายคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น (3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังจากมาท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัย ต่อด้วยด้านการคมนาคม และสุดท้ายคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภค คมนาคม ทั้งนี้สามารถนำมากำหนดแนวทางการพัฒนาหมู่บ้านหยงสตาร์ ตำบลท่าข้าม อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรังได้เพื่อให้ตรงต่อความคาดหวังและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักของนักท่องเที่ยว

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาการศึกษาเรื่อง การฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงผลการศึกษาการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า 1) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของเมืองโบราณดงละคร ต้องอาศัยการบูรณาการทุนมรดกทางวัฒนธรรม ทั้งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และวิถีชีวิตท้องถิ่น 2) การอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมจะเกิดผลยั่งยืนก็ต่อเมื่อชุมชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การอนุรักษ์ การจัดกิจกรรม ไปจนถึงการถ่ายทอดคุณค่า 3) การฟื้นฟูมิได้หยุดเพียงการซ่อมแซมโบราณสถาน แต่ต้องเป็นกระบวนการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่และผู้มาเยือนมีส่วนร่วม 4) ความร่วมมือพหุภาคี (รัฐ เอกชน องค์กรท้องถิ่น วัด และชุมชน) เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการจัดการมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว 5) การจัดการมรดกทางวัฒนธรรมต้องครอบคลุมทั้งมรดกที่จับต้องได้ (Tangible Heritage) เช่น โบราณสถาน และมรดกที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Heritage) เช่น ความเชื่อ ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น

สรุป

จากการศึกษาทำให้พบว่า ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละครเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน คือ 1) ปัญหาและอุปสรรคในฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร 2) แนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร 3) อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของเมืองโบราณดงละคร 4) การสืบทอดและการเรียนรู้มรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณดงละคร 5) การสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน และ 6) กิจกรรมการเรียนการสอนที่เกิดขึ้นในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย หน่วยงานภาครัฐควรจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเมืองโบราณดงละคร โดยมุ่งเน้นการฟื้นฟูโบราณสถานและสิ่งแวดล้อมรอบพื้นที่ให้มีความยั่งยืน พร้อมสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรเพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในชุมชน

1.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย กำหนดนโยบายที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในพื้นที่

1.3 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดตั้งคณะกรรมการชุมชนเพื่อทำหน้าที่ประสานงานและดูแลการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การจัดนิทรรศการ การแสดงศิลปวัฒนธรรม หรือการจัดทัวร์ชมโบราณสถาน

1.4 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในรูปแบบสร้างสรรค์ เช่น การสร้างเส้นทาง “เดิน-ปั่น ชมมรดกดงละคร” หรือการจัดกิจกรรมเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจการเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ใหม่

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยเชิงพัฒนากิจกรรม ควรศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็นฐาน เช่น การจัดทำประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Tour) ของโบราณสถาน หรือกิจกรรมเชิงโต้ตอบที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

2.2 การวิจัยความร่วมมือของชุมชน ควรศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน หน่วยงานท้องถิ่น และองค์กรภายนอก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน

2.3 การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม ควรมีการวิจัยผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อเศรษฐกิจชุมชน และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เช่น ความสัมพันธ์ในชุมชน และการสร้างรายได้ของประชาชนในพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

กฤษณะ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์. (2564). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน. Journal of Roi Kaensarn Academi, 6(11), 350-363. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/250384/170042.

ชิตาวีร์ สุขคร. (2562). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทย. *Journal of Sustainable Tourism Development*, *1*(2), 1-7. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSTD/article/download/254119/172385/915419.

ทองคำ ดวงขันเพ็ชร และพระเดชชจร ขนฺติธโร (ภูทิพย์). (2564). การจัดการมรดกทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำโขง. *Journal of Modern Learning Development*, *6*(2), 44-58. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/download/247422/168280/

ทองคำ ดวงขันเพ็ชร. (2567). รูปแบบการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์โดยการมีความร่วมของชุมชนลุ่มน้ำโขง. *วารสารกว๊านพะเยา*, *1*(3), 14-33. https://so11.tci-thaijo.org/index.php/jkp/article/view/1458

ธณัศวัล กุลศร และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร*. *9*(3), 467-482. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/73287/59004.

ธนะวิทย์ เพียรดี. (2562). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเปอรานากันในเขตพื้นที่เมืองเก่าตะกั่วป่า จังหวัดพังงา. *Journal of Sustainable Tourism Development*, *1*(2), 8-23. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSTD/article/view/254126/172394.

พัชรี กล่อมเมือง, ณัฏฐา เกิดทรัพย์, วัชรินทร์ อินทพรหม, วณิฎา ศิริวรสกุล และพัลยมน สินหนัง. (2566). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลดงละคร อำเภอเมืองนครนายก จังหวัดนครนายก. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, *9*(1) 65-76. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journalcim/article/view/275284/183704.

พาฝัน นิลสวัสดิ์ ดูฮาเมลน์. (2563). การพัฒนาศักยภาพมรดกทางประวัติศาสตร์ของเมืองเก่าสงขลาเพื่อเพิ่มมูลค่าในรูปแบบของการท่องเที่ยวเมืองเก่า. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลาปาง, 9*(2), 52-64. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBJ/article/download/251647/ 170932/

ฟ้าพิไล ทวีสินโสภา และกิตติศักดิ์ ทวีสินโสภา. (2561). *แนวทางการฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม ตำนานเมืองเก่า เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของหมู่บ้านหยงสตาร์ จังหวัดตรัง*. วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง. https://www.repository.rmutsv.ac.th/handle/123456789/2386.

วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, นุกูล ชิ้นฟัก, จิรวัฒน์ นนทิการ และนิรมล จันทรชาติ. (2564). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชงประวัติศาสตร์ตำนานห้าภูผา อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, *7*(1), 490-501. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/svittj/article/download/209499/171358.

เศรษฐพงษ์ ปุจฉาการ, กนก พานทอง และปริญญา เรืองทิพย์. (2566). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบล ตามหลักประชารัฐ : ทฤษฎีฐานราก. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *8*(6), 426-443. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_6003010136_9653_10587.pdf

สุธาสินี วิยาภรณ์, ตุลา ไชยาศิรินทร์โรจน์ และรุจิภา สินสมบูรณ์ทอง. (2564). แนวทางพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ย่านเมืองเก่า อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิค*, *7*(1), 177-185. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pacific/article/download/249794/170404.

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา: บทบาทของตัวแปรคั่นกลางความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

TOURIST ATTRACTION'S POTENTIALS INFLUENCING TO REVISITING INTENTION OF TOURISTS TRAVELING IN SONGKHLA PROVINCE: THE MEDIATING ROLE OF TOURIST SATISFACTION

ณัฐณิชา ชายแผะ, กุลธีรา ทองใหญ่*, พิชญาภา รองพล, สิรภัทร ยศเมฆ, สุธิดา สุวรรณมณี และสุนิตตา สุวรรณชาติ
Natnicha Chaiphae, Kulteera Thongyai*, Pitchayapa Rongpol, Sirapat Yotmek, Suthida Suwanmanee and Sunitta Suwannachat
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
Faculty of Business Administration, Rajamanggala University of Technology Srivijaya
*Corresponding Author E-mail: Kulteera.t@rmutsv.ac.th
Received May 26, 2025; **Revised** December 6, 2025; **Accepted** December 11, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) วิเคราะห์อิทธิพลของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และ 2) เพื่อทดสอบบทบาทของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 300 ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์โมเดลการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา 2) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และ 4) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัย ซึ่งสามารถส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอันส่งผลต่อไปยังความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว, ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ, จังหวัดสงขลา

Abstract

This article aimed to 1) study the influence of the tourist attraction's potential on the revisiting intention of tourists traveling and 2) examine the mediating roles of tourist satisfaction in the relationship between the tourist attraction's potential and the revisiting intention of tourists traveling. This study employed quantitative research, in which data were collected from 300 tourists in Songkhla province. The sampling method employed was convenience sampling. The instrument for collecting data was survey questionnaires distributed to the tourists in Songkhla province by online questionnaire. Structural Equation Modeling (SEM) was employed for the analysis of the proposed mediation model, which consisted of two phases: the measurement model, assessed via Confirmatory Factor Analysis (CFA), followed by the structural model. The research results were found as follows: 1) The tourist attraction's potential, which comprises aspects of tourism attractions, accessibility, facilities, and safety, had a positive direct influence on the revisiting intention of tourists traveling; 2) The tourist attraction's potential had a positive direct influence on tourist satisfaction; 3) The tourist satisfaction had a positive direct influence on revisiting the intention of tourists and 4) The tourist attraction's potential had an indirect influence on revisiting the intention of tourists traveling via the mediating roles of tourist satisfaction. The findings of this research emphasize the importance of destination potential in terms of tourist attractions, accessibility, facilities, and safety in affecting tourist satisfaction. This satisfaction, in turn, has a positive effect on the revisiting intention of tourists traveling in Songkhla province.

Keywords: Tourist Attraction's Potentials in Songkhla Province, Tourist Satisfaction, Revisiting Intention of Tourists Traveling, Songkhla Province

บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ สามารถสร้างรายได้และทำให้เกิดการพัฒนาตามห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวทั่วประเทศ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาจึงสามารถเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (กรมการท่องเที่ยว, 2565) ทั้งนี้ จังหวัดสงขลาถือเป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับสามของภาคใต้ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิตและยังมีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น ดังคำขวัญของจังหวัดสงขลา ที่ระบุว่า “นกน้ำเพลินตา สมิหลาเพลินใจ เมืองใหญ่สองทะเล เสน่ห์สะพานป่า ศูนย์การค้าแดนใต้” รวมทั้งมีพื้นที่ครอบคลุมทั้งชายฝั่งอ่าวไทยและทะเลสาบสงขลา อันเป็นลักษณะเฉพาะของจังหวัดสงขลาเท่านั้น (ศาลากลางจังหวัดสงขลา, 2563) โดยหากมีการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังพื้นที่จังหวัดสงขลาเพิ่มขึ้นก็จะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและมีส่วนเสริมสร้างให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นได้มากขึ้น

ทั้งนี้ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2561-2565) โดยเฉลี่ยมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 3,566,854 คน ต่อปี ซึ่งสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดสงขลา โดยเฉลี่ยจำนวน 35,807.06 ล้านบาทต่อปี และมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาใน พ.ศ.2567 จำนวน 6,998,664 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.53 จาก พ.ศ.2566 ดังนั้นหากมีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาในด้านต่าง ๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพ การยกระดับมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว การเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการ เป็นต้น ก็จะก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อการท่องเที่ยว อันนำไปสู่การขับเคลื่อนและการเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัดสงขลา ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อันส่งผลต่ออัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Products: GPP) ต่อไป

รวมทั้งปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว เห็นได้จากแผนพัฒนาจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2566-2570 ได้ระบุถึงประเด็นการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา โดยระบุถึงประเด็นการพัฒนา ส่งเสริมการท่องเที่ยว การกีฬา และบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน สอดคล้องกับแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566-2570 ซึ่งระบุถึงประเด็นการพัฒนาที่ 2 การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับกรอบแผนพัฒนาภาคใต้ (พ.ศ. 2566-2570) ซึ่งระบุถึงการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวและบริการ และธุรกิจต่อเนื่องด้านการท่องเที่ยว สู่การท่องเที่ยวและบริการที่มีมาตรฐานและมีมูลค่าสูง (สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา, 2567)

ดังนั้น หากมีการยกระดับศักยภาพด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยิ่งขึ้น ก็จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว อันนำไปสู่ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อันก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับชุมชนต่อไป รวมทั้งก่อให้เกิดผลกระทบเป็นวงกว้างต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง และธุรกิจการจัดการการท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้ควรมีการดำเนินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมที่อาจเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ทั้งนี้ การเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำเป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงการบริหารจัดการจุดหมายปลายทางที่ประสบความสำเร็จ จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ และสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัย ซึ่งแสดงถึงความสามารถหรือความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากหากแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจจะเดินทางกลับมาเที่ยวจุดหมายปลายทางแห่งเดิมซ้ำ และมุ่งศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งแสดงถึง ความรู้สึกและการตัดสินว่าสถานที่ท่องเที่ยวนั้นเป็นไปตามที่คาดหวังเมื่อเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับกลับมาหรือไม่ เนื่องจากหากนักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ (Chiu et al., 2016) กล่าวคือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะมีผลเชิงบวกให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Acharya et al., 2023; Rasoolimanesh et al., 2025; Torabi et al., 2022) สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าองค์ประกอบของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่

นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ (อิสระพงษ์ พลธานี, 2562) หากนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อจุดหมายปลายทางย่อมมีความตั้งใจหรือแสดงพฤติกรรมเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำในอนาคต (Su et al., 2017) ทั้งนี้ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดคุณูปการในการบริหารจัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับเป็นแนวทางในการวางนโยบายและกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

2. เพื่อทดสอบบทบาทของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้อยู่ภายใต้แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) (Ajzen, 1985) ที่อธิบายถึงความตั้งใจของบุคคลที่ก่อให้เกิดเป็นพฤติกรรม ซึ่งความตั้งใจเป็นแรงจูงใจของบุคคลในการคิดและการตัดสินใจที่เป็นแรงกระตุ้นในการแสดงพฤติกรรม หากระดับความตั้งใจมีมากขึ้นก็ย่อมส่งผลให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่มีความชัดเจนขึ้นจนกลายเป็นพฤติกรรมเฉพาะของบุคคล (Ajzen, 1985) ดังนั้นทฤษฎี TPB จึงเป็นการอธิบายความตั้งใจของบุคคลที่ก่อให้เกิดการแสดงออกทางพฤติกรรม

1. ความสัมพันธ์ของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Attraction's Potentials) แสดงถึง ความพร้อมของทรัพยากร สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ สิ่งแวดล้อมและชุมชน ในการนำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยว เอื้อต่อการพัฒนาหรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวและสามารถรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวได้ (ประภาศรี เธียรธุมา และคณะ, 2565)

ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว เป็นการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อพฤติกรรมที่ตั้งใจจะแสดงออกในอนาคตของนักท่องเที่ยวภายใต้กรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Oliver, 1999) หากนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อจุดหมายปลายทางย่อมมีความตั้งใจหรือแสดงพฤติกรรมเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำในอนาคต (Su et al., 2017) งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าองค์ประกอบของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ (อิสระพงษ์ พลธานี, 2562) โดยเฉพาะปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมาก ดังนั้น หากแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ ก็จะก่อให้เกิดความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวได้ จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

2. ความสัมพันธ์ของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจของมนุษย์มาจากความต้องการ 5 ขั้น เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการที่ตนคาดหวังตามทฤษฎีของมาสโลว์ (Kotler & Keller, 2016) โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเดินทางในจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว (Rezaei et al., 2017) ความพึงพอใจจึงสามารถเป็นตัวแปรในการทำนายพฤติกรรมในอนาคตได้ (Gallarza et al., 2019; Prayag et al., 2019) งานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า หากนักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจอย่างต่อเนื่องจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำได้สูงขึ้น (Chiu et al., 2016) และพบว่าภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Jebbouri et al., 2022) และมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยว (Maghrifani et al., 2022) ดังนั้น หากแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพสูงขึ้นจะส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงตามไปด้วย ได้จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

3. บทบาทของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

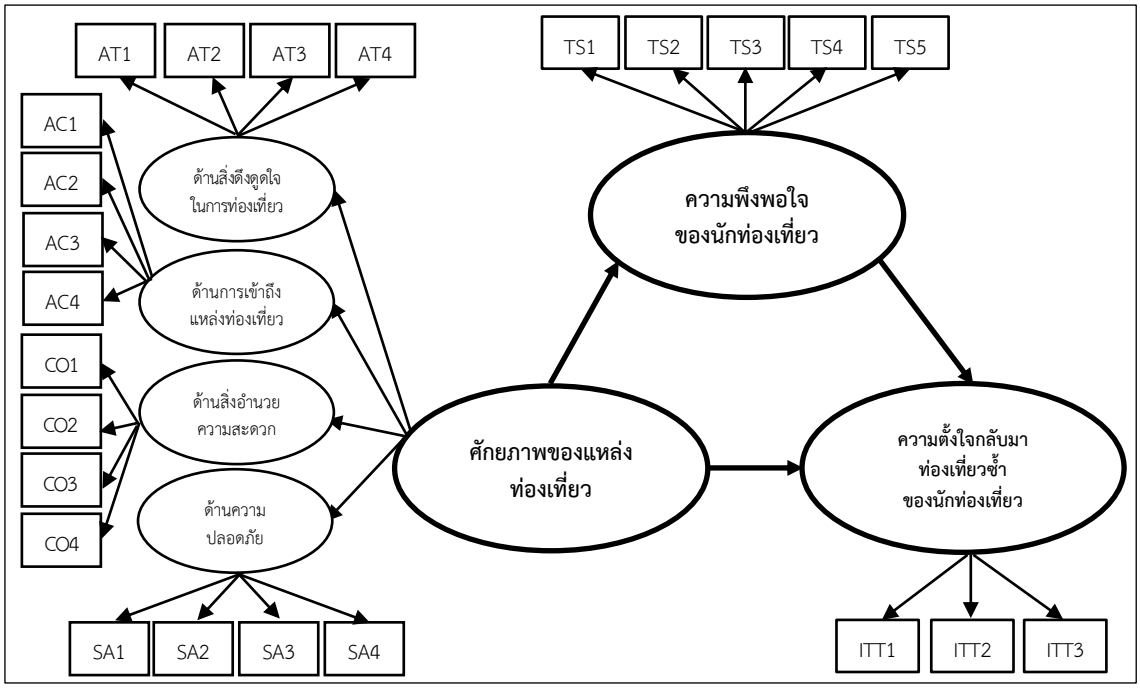
หากแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ก็จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนั้น และส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว ดังนั้นหากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวแล้วเกิดประสบการณ์ที่ดีมีความสุข ได้รับการพักผ่อนคาดหวังไว้ ก็จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวดังนั้น หากแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพสูงขึ้นก็จะเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า หากนักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจอย่างต่อเนื่องจะส่งผลให้นักท่องเที่ยว สามารถตัดสินใจเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำได้สูงขึ้น (Chiu et al., 2016) และพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะมีผลเชิงบวกให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Acharya et al., 2023; Viet et al., 2020; Rasoolimanesh et al., 2025; Torabi et al., 2022) สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว (นิมิต ชุ้นสั้น และอุมาภรณ์ สมกาย, 2564) นอกจากนี้พบว่าความพึงพอใจเป็นตัวแปรที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความตั้งใจเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำได้ (Tilaki et al., 2016) จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 3 และ 4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

สมมติฐานที่ 4 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผ่านความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ประกอบด้วย ตัวแปรแฝงจำนวน 7 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตได้จำนวน 24 ตัวแปร



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ จังหวัดสงขลา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) การวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 300 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ ดังนี้ 1) เกณฑ์ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ ซึ่งทั่วไปขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างไม่ควรต่ำกว่า 200 ตัวอย่าง (อิศรัฏฐ์ รินไธสง, 2564) และ Hair et al. (1998) สนับสนุนให้ใช้ตัวอย่างเริ่มต้นที่ 200 ตัวอย่าง และ 2) เกณฑ์อัตราส่วนของตัวแปรสังเกตได้ต่อขนาดตัวอย่าง โดย Loehlin (1992) ระบุว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่ควรน้อยกว่า 8 เท่า ของตัวแปรสังเกตได้ ดังนั้นจากกรอบแนวคิดการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรแฝงจำนวน 7 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตได้จำนวน 24 ตัวแปร มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำและเกณฑ์อัตราส่วนของตัวแปรสังเกตได้ต่อขนาดตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์ 12.50 เท่าของตัวแปรสังเกตได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยขอบเขตด้านพื้นที่ในการเก็บข้อมูล คือ บริเวณหาดสมิหลาและหาดชลาทัศน์ ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 2 สัปดาห์ ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instrument) แบบสอบถามใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert Scales) 5 ระดับ โดยวัดตัวแปรศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ตัวแปรความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และตัวแปรความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว และมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยโดยการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลองใช้จริง (Try Out) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 30 ตัวอย่าง ซึ่งไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย และนำข้อมูลที่ได้ไปตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α) มีเกณฑ์ในการพิจารณา คือ ควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงยอมรับว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น ทั้งนี้ ตัวแปรศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีค่า α=0.891 ตัวแปรความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีค่า α=0.827 และตัวแปรความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ มีค่า α=0.848 แสดงว่าเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้นมีความคงที่ในการวัด

การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) ด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ 1) การวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และ 2) การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง (Structural Model) โดยการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีประมาณค่าความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood: ML)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 71.33 และเพศชาย จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 28.67 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมา ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 31.33 และช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 54.33 รองลงมา คือ สมรส จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.67 และส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 55.33 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 30.33 รองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.67 และรับราชการ/พนักงานวิสาหกิจ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 44.67 รองลงมา คือ มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ส่วนใหญ่เดินทางมาจากพื้นที่ภาคใต้ จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 78.67 รองลงมา คือ ภาคกลาง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.67 ภาคเหนือ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.33

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์โมเดลการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA)

ตารางที่ 1 แสดงค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix)

ตัวแปร	Mean	SD	TP	TS	ITT
1. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (TP)	4.383	0.486	(0.891)		
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS)	4.501	0.466	0.716***	(0.831)	
3. ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว (ITT)	4.383	0.612	0.686***	0.762***	(0.848)

*** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001, ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α)

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติวัดความกลมกลืนของโมเดลการวัด (CFA)

Model	χ^2	df	P-Value	χ^2/df	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
1st CFA	609.221	236	0.000	2.581	0.073	0.912	0.900	0.046
2nd CFA	646.687	244	0.000	2.650	0.075	0.905	0.900	0.051

1) การประเมินโมเดลรวม: ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สอง (2nd CFA) จากตารางที่ 2 มีค่าสถิติดังนี้ χ^2=646.68, df=244, และ χ^2/df=2.650 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือ ควรน้อยกว่า 3 และมีค่า SRMR=0.051 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2019) ทั้งนี้มีค่า CFI=0.905, ค่า TLI=0.900 และ ค่า RMSEA=0.075 ซึ่งยังอยู่ในเกณฑ์ทั่วไปที่ยอมรับได้ (อิศรัฏฐ์ รินไธสง, 2564) ดังนั้นแสดงว่า โมเดลการวัดมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 3 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่า CR และค่า AVE

ตัวแปร	Factor Loading
ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (TP): CR = 0.955 ; AVE = 0.842	
ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว: CR = 0.738; AVE = 0.416	**0.929*** **
AT1 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีวิว ทิวทัศน์ ที่สวยงาม	0.522***
AT2 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีอาหารถิ่น อาหารทะเล ให้ลิ้มลอง	0.630***
AT3 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีกิจกรรมหลากหลาย เช่น ดำน้ำ พายเรือ เจ็ทสกี บานาน่าโบ๊ท มีเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น	0.717***
AT4 แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีผู้คนที่เป็นเอกลักษณ์และมีความเป็นอยู่วิถีชีวิตที่น่าสนใจ	0.694***
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว: CR = 0.821; AVE = 0.535	**0.932*** **
AC1 แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาสามารถเดินทางได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว	0.669***
AC2 สามารถใช้แอพพลิเคชั่นในการนำทางเพื่อค้นหาที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย	0.680***
AC3 การเดินทางด้วยรถทัวร์นำเที่ยวหรือรถโดยสารในจังหวัดสงขลามีความสะดวก คล่องตัว	0.791***
AC4 เส้นทางของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีป้ายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ อย่างชัดเจน	0.779***
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก: CR = 0.843; AVE = 0.573	**0.959*** **
CO1 มีศูนย์บริการให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว	0.773***
CO2 มีบริการให้เช่ารถสาธารณะ หรือนำเที่ยวรอบเมืองสงขลา	0.762***
CO3 เส้นทางการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีจุดแวะพักรถที่เพียงพอ	0.791***
CO4 มีที่พักและร้านอาหารเพียงพอ	0.699***
ด้านความปลอดภัย: CR = 0.881; AVE = 0.650	**0.846*** **
SA1 มีตำรวจท่องเที่ยวไว้ให้ความช่วยเหลือ	0.796***

ตัวแปร	Factor Loading
SA2 มีสถานพยาบาลที่มาตรฐานและทันสมัยกรณีฉุกเฉิน	0.801***
SA3 มีป้ายประกาศ ป้ายเตือนภัย	0.828***
SA4 มีเจ้าหน้าที่ประจำชายหาด ตรวจสอบความเรียบร้อยของสถานที่	0.799***
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS): CR = 0.844; AVE = 0.522	
TS1 ความพอใจในความสะดวกของการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	0.712***
TS2 ความพึงพอใจโดยรวมต่อสถานที่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามากน้อยเพียงใด	0.603***
TS3 การเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาทำให้รู้สึกผ่อนคลาย	0.751***
TS4 ความประทับใจทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายและความสวยงามของจังหวัดสงขลา	0.738***
TS5 ความชื่นชอบกิจกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา	0.795***
ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว (ITT): CR = 0.841; AVE = 0.639	
ITT1 เมื่อจัดสรรเวลาท่องเที่ยวที่แน่นอนได้แล้ว แหล่งท่องเที่ยวที่จะพิจารณาลำดับแรกสำหรับเดินทางท่องเที่ยวคือจังหวัดสงขลา	0.816***
ITT2 เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จังหวัดสงขลาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงตามความต้องการ	0.842***
ITT3 มักเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ถ้ามีโอกาส	0.735***

*** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

2) ตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ (Factor Loading): จากตารางที่ 3 ค่าน้ำหนักของทุกตัวบ่งชี้มีนัยสำคัญทางสถิติและมีค่ามากกว่า 0.5 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2019) แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้เป็นตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงนั้น

3) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้อง (Convergence Validity): พิจารณาจากความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) และความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted: AVE) ทั้งนี้ จากตารางที่ 3 จะเห็นว่าตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่า CR มากกว่า 0.7 และมีค่า AVE มากกว่า 0.5 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2019) แสดงว่าตัวแปรแฝงทุกตัวมีความเชื่อมั่นเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ดังแสดงในตารางที่ 3

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง เพื่ออธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝง **ตารางที่ 4** แสดงค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) และค่าอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)

เส้นความสัมพันธ์	β	Z	P-value	95% CLs Lower	95% CLs Upper
1. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว → ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว	0.278*	2.400	0.016	0.062	0.517
2. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว → ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	0.787***	17.037	0.000	0.692	0.872
3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว → ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว	0.652***	5.108	0.000	0.388	0.889
4. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว → ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว → ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว	0.513***	4.806	0.000	0.308	0.731

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05; *** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

1) การประเมินโมเดลรวม: ค่าสถิติวัดความกลมกลืน มีดังนี้ χ^2=646.687, df=244, และ χ^2/df=2.65 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือ ควรน้อยกว่า 3 และมีค่า SRMR=0.051 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2019) ทั้งนี้ มีค่า CFI=0.905, ค่า TLI=0.900 และ ค่า RMSEA=0.075 ซึ่งยังอยู่ในเกณฑ์ทั่วไปที่ยอมรับได้ (อิศรัฏฐ์ รินไธสง, 2564) ดังนั้นแสดงว่า โมเดลโครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

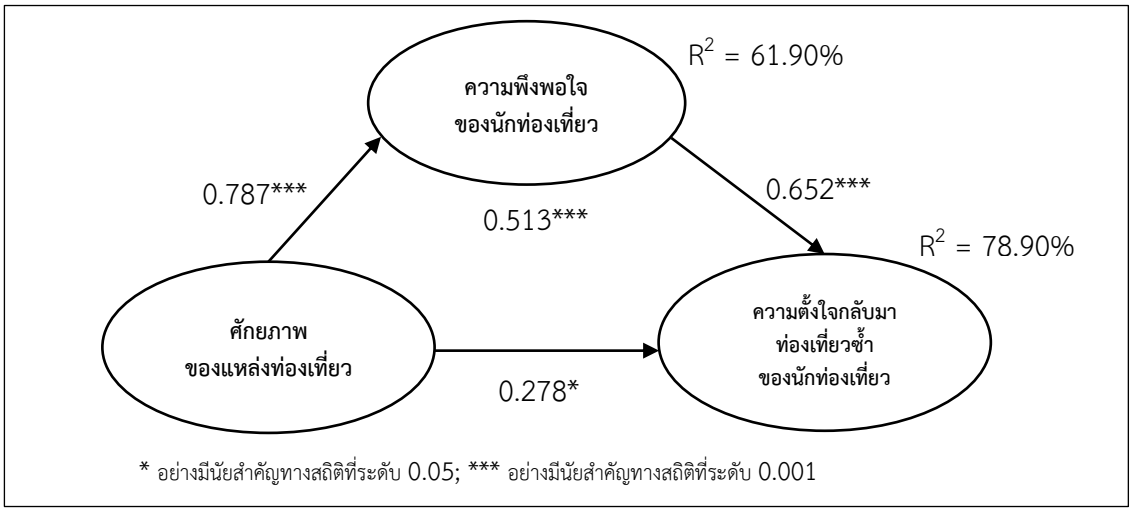
2) การอธิบายอิทธิพลทางตรง: จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β=0.278, p<0.05) ตรงตามสมมติฐานการวิจัยที่ 1 อธิบายได้ว่า เมื่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีศักยภาพสูงขึ้นในด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัย จะมีส่วนในการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาอีกครั้ง นอกจากนี้ พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β=0.787, p<0.001) ตรงตามสมมติฐานการวิจัยที่ 2 อธิบายได้ว่า เมื่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลามีศักยภาพมากขึ้นก็จะเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β=0.652, p<0.001) ตรงตามสมมติฐานการวิจัยที่ 3 อธิบายได้ว่า เมื่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาอีกครั้งด้วยเช่นกัน

3) การอธิบายอิทธิพลทางอ้อม: จากตารางที่ 4 ซึ่งแสดงผลทดสอบบทบาทของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β=0.513, p<0.001) ตรงตามสมมติฐานการวิจัยที่ 4 ทั้งนี้ ผลการทดสอบอิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในฐานะตัวแปรคั่นกลาง พบว่าเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (Partial Mediation) อธิบายได้ว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะมีทั้งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อธิบายได้ว่า เมื่อแหล่งท่องเที่ยวในมีศักยภาพมากขึ้นก็จะเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน อันจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลา

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่ง พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการศึกษาของอิสระพงษ์ พลธานี (2562) และพบว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Acharya et al. (2023), Rasoolimanesh et al. (2025) และ Torabi et al. (2022) และผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่

สอง พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีบทบาทการเป็นตัวแปรคั่นกลางแสดงให้เห็นว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวโดยผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นหากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาซ้ำ ควรมุ่งเน้นในการพัฒนาและยกระดับความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และจูงใจให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ อันจะส่งผลต่อเศรษฐกิจในจังหวัดสงขลาเป็นวงกว้างต่อไป



แผนภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้สร้างคุณูปการ โดยการทดสอบบทบาทของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ซึ่งยังไม่มีการศึกษามาก่อน ทั้งนี้องค์ความรู้ที่ได้จะเป็นแนวทางในการอธิบายว่าการยกระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว (ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัย) สามารถส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในจังหวัดสงขลาได้อย่างไร กล่าวคือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและส่งผลต่อไปยังความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวทั้งนี้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากลไกที่ขับเคลื่อนให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาคือการเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและก่อให้เกิดการเดินมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่อไป



แผนภาพที่ 3 แสดงองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

สรุป

สรุปภาพรวมผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างสามารถยืนยันสมมติฐานการวิจัยซึ่งพบว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัย มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวโดยผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการพัฒนาและยกระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา อันจะก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำตามมา อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัด คือ เป็นการเก็บรวบรวมโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งอาจไม่สะท้อนตัวแทนประชากรทั้งหมด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ 1) ผลการศึกษาครั้งนี้ก่อให้เกิดคุณูปการในการบริหารจัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ทำให้ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลา เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของฝาก/ของที่ระลึก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริษัททัวร์ เป็นต้น ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องดังกล่าวเกิดการรับรู้ และ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม และ 2) หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากผลการศึกษาเป็นแนวทางในการวางนโยบายและกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาให้เหมาะสมและตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 1) การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพียง 4 ด้าน คือ สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวนความสะดวก และความปลอดภัย ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาองค์ประกอบด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการจัดการผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น และ 2) การวิจัยครั้งนี้ศึกษาบทบาทของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นเพียงกลไกหนึ่งเท่านั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจพิจารณาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีบทบาทต่อความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2565, กุมภาพันธ์). *แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว พ.ศ. 2566-2570*. https://www.dot.go.th/storage/%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%AF/QtftdpYXKOCrXLds1f5xJfseslXaXcpgu3q3oDnM.pdf

นิมิต ชุ้นสั้น และอุมาภรณ์ สมกาย. (2564). ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวภูเก็ต. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ, 8*(2), 39-56. https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jems/article/view/3883/2210

ประภาศรี เธียรธุมา, ดรรชนี เอมพันธ์ และนภวรรณ ฐานะกาญจน์ พงษ์เขียว. (2565). ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา อ่าวไร่เลอุทยานแห่งชาติหาดนพรัตน์ธารา-หมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ. 13*(1), 87-103. https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/14289

ศาลากลางจังหวัดสงขลา. (2563). *ข้อมูลจังหวัดสงขลา*. https://www.songkhla.go.th/files/com_news_guarantee/2020-10_7c186e7dc0a64d4.pdf

สำนักงานสถิติจังหวัดสงขลา. (2567, 22 มีนาคม). *แผนพัฒนาสถิติระดับจังหวัด พ.ศ. 2566–2570* (ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567). https://songkhla.nso.go.th/manage-statistics-system/provincial-statistics-development-plan.html?view=article&id=785: provincial-statistics-development-plan-year-2024&catid=51

อิศรัฏฐ์ รินไธสง. (2564). *การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างสำหรับการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. บริษัท นีโอพ้อยท์ (1995) จำกัด.

อิสระพงษ์ พลธานี. (2562). การศึกษาองค์ประกอบของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลเกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 14*(2), 17-24. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tourismtaat/article/view/206955/143833

Acharya, S., Mekker, M., & De Vos, J. (2023). Linking travel behavior and tourism literature: Investigating the impacts of travel satisfaction on destination satisfaction and revisit intention. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives, 17*. https://doi.org/10.1016/j.trip.2022.100745

Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In *Action control* (pp. 11-39). Springer. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-69746-3_2

Chiu, W., Zeng, S., & Cheng, P. S. T. (2016). The influence of destination image and tourist satisfaction on tourist loyalty: a case study of Chinese tourists in Korea. International *Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 10*(2), 223-234. https://doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2015-0080

Jebbouri, A., Zhang, H., Imran, Z., Iqbal, J., & Bouchiba, N. (2022). Impact of destination image formation on tourist trust: Mediating role of tourist satisfaction. *Frontiers in Psychology, 13*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.845538

Gallarza, M. G., Arteaga, F., & Gil-Saura, I. (2019). Customer value in tourism and hospitality: Broadening dimensions and stretching the value-satisfaction-loyalty chain. *Tourism Management Perspectives, 31*, 254-268. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.05.011

Hair, F., JR., J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multilvariate Data Analysis*. New Jersey. Prentice Hall. Prentice Hall.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis: Pearson new international* (8th ed.). Cengage Learning EMEA.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Analyzing consumer market* (15th ed.). pearson education.

Loehlin, J. C. (1992). *Latent Variable Models: An Introduction to Factor. Path, and Structural Analysis*. Lawrence Erlbaum Ass. Publishers.

อิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนยูทูบและความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

THE INFLENCES OF INFLUENCERS ON YOUTUBE AND INFLENCER-BRAND FIT AFFECTING CUSTOMER' S THE DECISION TO PURCHASE PRODUCTS

วัลลภา พัฒนา* และจิรายุส ประสมพงษ์
Wanlapa Phatthana* and Jirayus Prasomphong
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
Faculty of Business Administration Rajamangala University of Technology Srivijaya Songkhla
*Corresponding Author, E-mail: wanlapa.p@rmutsv.ac.th
Received May 26, 2025; **Revised** December 10, 2025; **Accepted** December 16, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนยูทูบ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนยูทูบ และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนยูทูบ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้าและแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการรับชมคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ยูทูบ จำนวน 385 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการถดถอยพหุคูณผลการวิจัยพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ (β=0.279), ด้านความเชี่ยวชาญ (β=0.525) และความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้า (R^2=0.647) 1) ระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากโดยเฉพาะด้านสื่อโฆษณาออนไลน์และด้านความพึงพอใจ 2) ปัจจัยด้านผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ด้านความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ยูทูบมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 63.9 และ 3) ปัจจัยด้านความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้ามีอิทธิพลอย่างชัดเจนต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 64.7 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของอินฟลูเอนเซอร์ ในฐานะกลไกการสื่อสารการตลาดยุคใหม่ ที่สามารถสร้างความไว้วางใจ เพิ่มความเชื่อมั่น และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลของแบรนด์ได้อย่างตรงจุด

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการตลาด, ผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์, แพลตฟอร์มยูทูบ

Abstract

This article aimed to study 1) the levels of purchase decision importance, 2) the influence of social media influencers on product purchasing decisions, particularly through the influence of YouTuber advertisements, and 3) the factors of brand–influencer compatibility

that affect consumers' purchase decisions influenced by YouTubers' advertising. This study employed quantitative research, grounded in theoretical concepts of influencer–brand congruence and consumer purchase decision-making. The data were collected from 385 people who had experience in watching video clips on the YouTube website. The instrument for collecting data was questionnaires. The questionnaires were dispensed online to 385 YouTube users; multiple regression showed that credibility (β=0.279), expertise (β=0.525), and influencer–brand fit (R^2=0.647) significantly predicted purchase decisions. The research results were found as follows: 1) The level of importance in purchasing decisions is high, particularly regarding online advertising and satisfaction; 2) Influencer-related factors, such as credibility and expertise, were positively correlated with purchase decisions, and the coefficient of determination explained 63.9% of the variance; and 3) The compatibility between the influencer and the influencer–brand fit, with the coefficient of determination explained 64.7%, in terms of content consistency, personality, lifestyle, and product knowledge, was found to significantly influence consumer behavior and explain a substantial portion of the variance in purchasing decisions. These results highlight the crucial role of social media influencers as modern marketing communication agents capable of building trust, enhancing credibility, and effectively stimulating purchase decisions. The study provides valuable insights for brands in shaping targeted digital marketing strategies through appropriate influencer selection.

Keywords: Marketing Communications, Social Media Influencers, YouTube Platform

บทนำ

ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นช่องทางสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คน โดยเฉพาะในด้านพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์กลายเป็นเรื่องปกติสำหรับผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า (เบญญา หวังมหาพร และทิพย์รัตน์ เลาหวิเชียร์, 2563) ปัจจุบันผู้บริโภคต้องการรับข้อมูลจากเพื่อน ครอบครัว และโซเชียลมีเดียผู้มีอิทธิพลในฐานะที่น่าเชื่อถือเมื่อเทียบกับเว็บไซต์ของธุรกิจ ผู้บริโภคย่อมต้องการเนื้อหาที่มีความหมายและข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อและต้องการความคิดเห็นจากคนที่ไว้วางใจได้ (Khan & Phung, 2021) การสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือของข้อมูลสินค้าในโลกออนไลน์ยังเป็นความท้าทายในการดำเนินงานทางการตลาด โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดบนสื่อสังคมออนไลน์ในการโฆษณา การรีวิวสินค้า ช่วยแนะนำสินค้า มีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกันไปของแต่ละ ประเภท หรือกลุ่มคนที่ติดตามในช่องทางต่าง ๆ ซึ่งปัจจุบันเหล่าบรรดา Influencers นี้ถือเป็นผู้ทรงอิทธิพล ในด้านการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก (ธนากร ทองธรรมสิริ และคณะ, 2566) ในขณะเดียวกันความน่าเชื่อถือสามารถเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ตลอดจนความเข้ากันของตราสินค้าและผู้มีอิทธิพลจะทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะรับรู้เกี่ยวกับสินค้าและตราสินค้าผ่านบุคคลที่มี

อิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งมีบทบาทในการโน้มน้าวทางความคิดและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า จึงทำให้การเลือกผู้มีอิทธิพลจึงมีความสำคัญที่ทรงพลังเพื่อให้ธุรกิจสามารถผลักดันให้เกิดความสำเร็จทางการตลาดได้อย่างมาก (จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ และคณะ, 2566)

จากรายงาน Global Digital Report พบว่า ผู้บริโภคมีการแพลตฟอร์มสำหรับค้นหาการแนะนำสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ 84.2% โดยเฉพาะแพลตฟอร์มยูทูบมีผู้บริโภคใช้งานมากเป็นอันดับที่ 2 รองลงมาจาก Google ซึ่งสะท้อนถึงความนิยมของยูทูบมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานคอนเทนต์ออนไลน์ (Datareportal, 2025) จึงทำให้บทบาทของยูทูบเบอร์ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นความต้องการสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้บริโภคที่ใช้ยูทูบจะค้นคว้าข้อมูลก่อนการซื้อสินค้าและมักเข้าถึงแพลตฟอร์มนี้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งการวิจัยก่อนหน้ายังไม่ได้ศึกษาการผสมผสานตัวแปรด้านผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ (ความเป็นที่นิยม ความน่าเชื่อถือ ความเชี่ยวชาญ และ Influencer-Brand Fit ภายใต้การศึกษาบริบทของ You Tube ยังมีค่อนข้างน้อย

ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้จึงเล็งเห็นความสำคัญที่มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากโฆษณาของยูทูบเบอร์ อย่างเป็นระบบและครอบคลุม ทั้งในมิติของคุณลักษณะของผู้มีอิทธิพล รูปแบบเนื้อหา และความสอดคล้องระหว่างแบรนด์กับยูทูบเบอร์ เพื่อให้ได้มาซึ่งความเข้าใจเชิงลึกในกลไกการรับรู้และการตอบสนองต่อเนื้อหาการโฆษณาบนแพลตฟอร์มนี้ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนยูทูบ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนยูทูบ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้า (Influencer – Brand fit) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนยูทูบ

สมมติฐานการวิจัย

H1: ผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ด้านความเป็นที่นิยมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนยูทูบ

H2: ผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ด้านความน่าเชื่อถือส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนยูทูบ

H3: ผู้มีอิทธิพลทางสื่อออนไลน์ด้านความเชี่ยวชาญส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนยูทูบ

H4: ความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้าส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนยูทูบ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความหมายและบทบาทของยูทูบ

YouTube เป็นแพลตฟอร์มวิดีโอออนไลน์ที่มีบทบาทสำคัญในยุคดิจิทัลทั้งในด้านความบันเทิง การศึกษา และการตลาด โดยเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถผลิตและเผยแพร่เนื้อหาในรูปแบบวิดีโอได้ด้วยตนเอง ซึ่งนำไปสู่การเกิดขึ้นของครีเอเตอร์หรือ “ยูทูบเบอร์” ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ชมในวงกว้าง (Mazmaker, 2021) บทบาทของ YouTube ยังขยายไปสู่การเป็นเครื่องมือทางธุรกิจที่นักการตลาดใช้ในการโฆษณาแบรนด์และผลิตภัณฑ์โดยอาศัยความสามารถของแพลตฟอร์มในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการติดตามพฤติกรรมของผู้ชมและระบบแนะนำวิดีโอ ทำให้ YouTube ไม่เพียงเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร แต่ยังเป็นกลไกเศรษฐกิจใหม่ที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตเนื้อหา แบรนด์ และผู้บริโภคอย่างลึกซึ้ง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผู้อิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ (Influencer)

ผู้มีอิทธิพล (Influencer) หมายถึง บุคคลที่มีผู้ติดตามจำนวนมากบนสื่อสังคมออนไลน์ จัดเป็นกลยุทธ์การตลาดสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจผ่านผู้มีอิทธิพล โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้มีอิทธิพลบนแพลตฟอร์มที่เน้นการนำเสนอภาพ เนื้อหาที่ทำให้เกิดการสร้างฐานผู้ติดตามจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้มีอิทธิพลเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดกระแสความนิยมและพฤติกรรมการบริโภคของสังคม ตลอดจนความผูกพันทางอารมณ์ระหว่างอินฟลูเอนเซอร์กับผู้ติดตามยังช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ (Abdullah et. al., 2024) ตลอดจนพฤติกรรมของบุคคลในการตัดสินใจที่เป็นสิ่งกระตุ้นในการแสดงพฤติกรรม หากระดับความตั้งใจมีมากขึ้นก็ย่อมส่งผลให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่มีความชัดเจนขึ้นจนกลายเป็นพฤติกรรมเฉพาะของบุคคล (Ajzen, 1985)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความเข้ากันของตราสินค้าและผู้มีอิทธิพล (Influencer - Brand Fit)

Kamins (1990) และ Kamins & Gupta (1994) อธิบายว่า ความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับแบรนด์ (Influencer - Brand Fit) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการสื่อสารทางการตลาด ความน่าเชื่อถือ (Credibility), ความมีชื่อเสียง (Popularity), และความเชี่ยวชาญ (Expertise) ล้วนเป็นตัวกำหนดการยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์

ความเข้ากันได้ระหว่างตราสินค้าและผู้มีอิทธิพล (Influencer–Brand Fit) ยังมีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์และเพิ่มความไว้วางใจจากผู้บริโภค (Kamins, 1990) ในขณะเดียวกันปัจจัยภายในของผู้บริโภค เช่น ความต้องการ ทัศนคติ และแรงจูงใจ รวมถึงปัจจัยภายนอก เช่น สื่อโฆษณาและกลุ่มอ้างอิง ก็ล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ การเข้าใจองค์ประกอบเหล่านี้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถพัฒนากลยุทธ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kamins & Gupta, 1994)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

Kotler and Keller (2006) ได้กล่าวถึงแบบจำลองพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimuli) เป็นการกระตุ้นจากนักการตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ โดยสิ่งที่นำมากระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเกิดจากความต้องการภายในตัวของผู้บริโภคเองและนักการตลาดต้องสนับสนุนแรงกระตุ้นอีกด้านหนึ่งที่จะจูงใจผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ เนื่องจาก

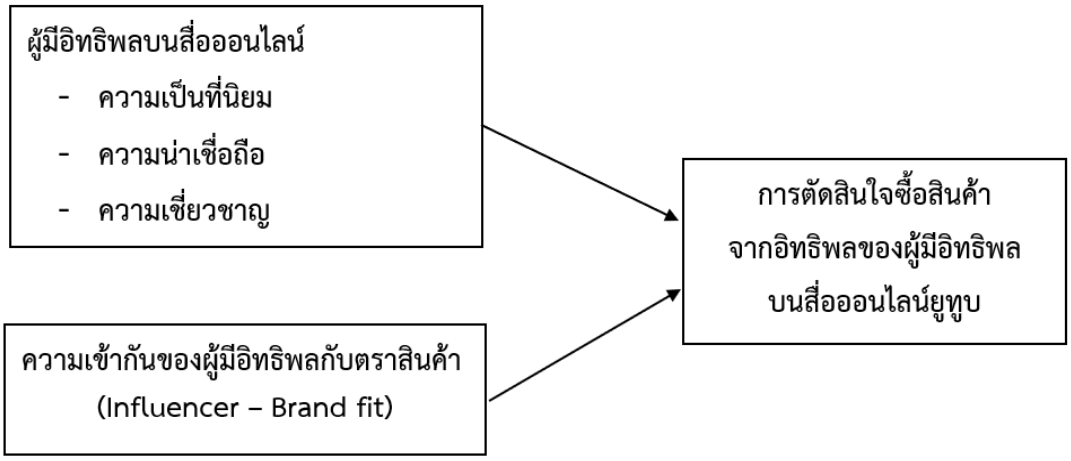
ในปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้จึงทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและมีการติดต่อสื่อสารกันได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการในผลิตภัณฑ์

2. กล่องดำของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) เป็นกระบวนการที่แสดงถึงการนึกคิดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ได้รับอิทธิพลมาจาก 2 สิ่งคือ ส่วนแรก ลักษณะบุคลิกของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการรับรู้และการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น และส่วนที่สอง พฤติกรรมของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคแต่ละรายจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน

3. ปฏิกิริยาตอบสนอง (Response) เป็นการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ก็จะเก็บข้อมูลหารายละเอียดมาประกอบการตัดสินใจ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความเข้ากันของตราสินค้าและผู้มีอิทธิพล (Influencer - Brand Fit) และแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย ตัวแปรจำนวน 3 ตัวแปร คือ ผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ ความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้า และการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของมีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ยูทูบ



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ยูทูบ ซึ่งดำเนินการในพื้นที่ทั่วประเทศไทย โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของยูทูบเบอร์ โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์รับชมคลิปวิดีโอบน YouTube ผ่าน Google

Form ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาปัจจัยด้านผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเชี่ยวชาญ และความเป็นที่นิยม ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลจากโฆษณาของยูทูบเบอร์ โดยใช้แบบสอบถามฉบับเดียวกันจากขั้นตอนที่ 1 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของอินฟลูเอนเซอร์กับการตัดสินใจซื้อ

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาปัจจัยด้านความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้า (Influencer–Brand Fit) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยใช้แบบสอบถามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการสอดคล้องกันของเนื้อหา บุคลิกภาพ และไลฟ์สไตล์ของผู้มีอิทธิพลกับแบรนด์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเช่นเดียวกับขั้นตอนที่ 2 เพื่อทดสอบอิทธิพลของความเข้ากันดังกล่าวที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการรับชมคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ยูทูบ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการรับชมคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ยูทูบ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จึงใช้สูตรคำนวณไม่ทราบขนาดของ W.G.Cochran (Cochran, 1977) โดยกำหนดค่าสัดส่วนประชากรเท่ากับ 0.5 ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.5 ในการคำนวณหาขนาดตัวอย่าง จำนวน 385 คน และพิจารณาตามกฎ 10-15 ตัวอย่างต่อพยากรณ์ (Riley et al., 2020)

วิธีการการสุ่มตัวอย่าง

โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงร่วมกับแบบตามสะดวก ดังนี้

ขั้นที่ 1) การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาเลือกเฉพาะผู้ที่มีประสบการณ์ในการรับชมคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ยูทูบ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันโดยการตั้งคำถามคัดกรองเบื้องต้นก่อนตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงกับการศึกษาครั้งนี้

ขั้นที่ 2) การสุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสะดวก (Convenience Sampling) ดำเนินการรวบรวมข้อมูล จากผู้ที่มีประสบการณ์ในการรับชมคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ยูทูบ ตั้งแต่ อดีตจนถึงปัจจุบันที่มีคุณสมบัติตามขั้นตอนที่ 1 ในเขตพื้นที่ทั่วประเทศไทยโดยใช้การเก็บแบบสอบถามด้วย Google Form ทั่วประเทศตามความสะดวกผ่านช่องออนไลน์ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกเป็นการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่มีหลักเกณฑ์อาศัยความสะดวกของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษางานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้มีการใช้เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแจกแบบสอบถาม โดยลักษณะของคำถามในแบบสอบถามจะสังเคราะห์จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ ประกอบไปด้วย ความเป็นที่นิยม ความน่าเชื่อถือ และความเชี่ยวชาญ ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความเข้า

กันของตราสินค้าและผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ยูทูบ ซึ่งประกอบไปด้วยการตัดสินใจซื้อด้านการค้นคว้าข้อมูล การตัดสินใจซื้อการประเมินทางเลือก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แจกแจง ความถี่ (Frequency) นำเสนอค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) แบบสอบถามตอนที่ 2 ถึงตอนที่ 4 มีลักษณะเป็นปลายปิด ใช้ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ท (Likert scale) โดยคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ชนิดประมาณค่าจากค่าน้อยที่สุดถึงค่ามากที่สุดแล้วนำไปตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ

จากนั้นทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป เพื่อแสดงว่าแบบสอบถาม มีความน่าเชื่อถือเพียงพอในการเก็บข้อมูล (Hair et al., 2019) โดยแต่ละตัวแปร มีค่าความเชื่อมั่นดังนี้ เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อ 0.850 และปัจจัยด้านอินฟลูเอนเซอร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ยูทูบ มีค่าเท่ากับ 0.831 ปัจจัยความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ยูทูบ มีค่าเท่ากับ 0.715 ซึ่งจัดอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้จัดทำวิจัยได้มีการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์และประมวลผลผ่านโปรแกรมการวิเคราะห์ผลสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ค่าความถี่ (Frequency) และค่า ร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) สถิติเชิงอนุมาน คือ การทดสอบสมมุติฐานด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อเท่ากับ 4.13 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยแบ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 2 ตัวแปรคือ ด้านสื่อโฆษณาออนไลน์ ($\overline{X}$= 4.25) และด้านความพึงพอใจ ($\overline{X}$= 4.22) ค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากมีจำนวน 3 ตัวแปรคือ ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียง ($\overline{X}$= 3.94) ด้านการบรรยายสินค้าและสรรพคุณของสินค้า ($\overline{X}$= 4.11) และด้านผู้นำเสนอขายสินค้า (พรีเซ็นเตอร์) ($\overline{X}$= 4.15) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อ

ระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านความน่าเชื่อถือและชื่อเสียง	3.94	0.763	มาก
ด้านสื่อโฆษณาออนไลน์	4.25	0.764	มากที่สุด
ด้านการบรรยายสินค้าและสรรพคุณของสินค้า	4.11	0.728	มาก
ด้านความพึงพอใจ	4.22	0.747	มากที่สุด
ด้านผู้นำเสนอขายสินค้า (พรีเซ็นเตอร์)	4.15	0.731	มาก
โดยรวม	4.13	0.747	มาก

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ ด้านความ น่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลจากโฆษณาของยูทูบเบอร์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง (R = 0.800) โดยตัวแปรต่าง ๆ สามารถอธิบาย การแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ยูทูบ ได้ร้อยละ 63.90 (R^2= 0.639) และมีความคลาดเคลื่อนในการทำนาย 0.338 โดยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$\hat{y} = 0.274 + 0.279(X_1) + 0.123(X_2) + 0.525(X_3)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.246(X_1) + 0.117(X_2) + 0.502(X_3)$$

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเป็นที่นิยม และด้านความเชี่ยวชาญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ยูทูบ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P-value
	B	SE	beta		
ค่าคงที่	0.274	0.153		1.789	0.074
ด้านความน่าเชื่อถือ (X_1)	0.279	0.056	0.246	4.984	0.000**
ด้านความเป็นที่นิยม (X_2)	0.123	0.065	0.117	1.901	0.058
ด้านความเชี่ยวชาญ (X_3)	0.525	0.057	0.502	9.206	0.000**
R = 0.800, R^2 = 0.639, R Adjusted = 0.636, SEE = 0.338, F = 225.054, Durbin–Watson = 1.919					

** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยด้านความเข้ากันได้กับตราสินค้าของผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ได้แก่ ท่านเห็นว่าสินค้าที่ Influencer ท่านนี้นำเสนอมีความคล้ายคลึงกับเนื้อหาที่โพสต์เป็นประจำ ท่านเห็นว่าสินค้าที่นำเสนอสอดคล้องไปกับลักษณะส่วนตัว (Personal style) ของ Influencer ท่านเห็นว่าผู้ Influencer รู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่พูดถึงเป็นอย่างดี ท่านเห็นว่าสินค้าที่นำเสนอสอดคล้องไปกับการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของ Influencer ท่านเห็นว่าสื่อโฆษณาของ

Influencer มีความเข้ากันกับสินค้าไปเป็นอย่างดี โดยตัวแปรต่าง ๆ สามารถอธิบายการแปรปรวนของความเข้ากันได้กับตราสินค้าของผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลจากโฆษณาของยูทูบเบอร์ ได้ร้อยละ 64.70 (R^2=0.647) และมีความคลาดเคลื่อนในการทำนาย 0.335 โดยสามารถเขียนสมการทำนายได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ

$$\hat{y} = 0.815 + 0.145(X_1) + 0.198(X_2) + 0.136(X_3) + 0.146(X_4) + 0.172(X_5)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{z} = 0.199(X_1) + 0.268(X_2) + 0.189(X_3) + 0.194(X_4) + 0.231(X_5)$$

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยของเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านความเข้ากันได้กับตราสินค้าของผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลจากโฆษณาของยูทูบเบอร์

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P-value
	B	SE	beta		
ค่าคงที่	0.815	0.128		6.381	0.000**
ท่านเห็นว่าสินค้าที่ Influencer ท่านนี้นำเสนอมีความคล้ายคลึงกับเนื้อหาที่โพสต์เป็นประจำ (X_1)	0.145	0.028	0.199	5.147	0.000**
ท่านเห็นว่า สินค้าที่นำเสนอสอดคล้องไปกับลักษณะส่วนตัว (Personal style) ของ Influencer (X_2)	0.198	0.028	0.268	7.020	0.000**
ท่านเห็นว่าผู้ Influencer รู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่พูดถึง เป็นอย่างดี(X_3)	0.136	0.029	0.189	4.761	0.000**
ท่านเห็นว่า สินค้าที่นำเสนอสอดคล้องไปกับการใช้ชีวิต (Lifestyle) ของ Influencer (X_4)	0.146	0.029	0.194	5.012	0.000**
ท่านเห็นว่า สื่อโฆษณาของInfluencer มีความเข้ากันกับสินค้าได้ เป็นอย่างดี (X_5)	0.172	0.032	0.231	5.438	0.000**
R = 0.805, R^2 = 0.647, R Adjusted = 0.643, SEE = 0.335, F = 139.097, Durbin–Watson = 2.038					

** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านสื่อโฆษณาออนไลน์ และด้านความพึงพอใจ ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อโฆษณาบน YouTube มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นความสนใจและความต้องการซื้อของผู้บริโภค ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ แพลตฟอร์ม YouTube มีลักษณะเป็นสื่อวิดีโอที่เข้าถึงง่ายและมีอิทธิพลต่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้ชมได้ดี โดยเฉพาะเมื่อนำเสนอเนื้อหาที่มีความคิดสร้างสรรค์และตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคจึงรู้สึกเชื่อมโยงกับเนื้อหาและตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Mazmaker (2021) ที่ระบุว่า YouTube เป็นแพลตฟอร์มวิดีโอออนไลน์ที่มีบทบาทสำคัญในยุคดิจิทัล โดยเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถผลิตและเผยแพร่เนื้อหาในรูปแบบวิดีโอได้ด้วยตนเอง ซึ่งนำไปสู่การเกิดขึ้นของยูทูบเบอร์ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ชมในวงกว้าง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะด้านความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญ มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ถึง 63.90% (R^2 = 0.639) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบทบาทสำคัญของผู้มีอิทธิพลที่มีความรู้และสามารถให้ข้อมูลได้อย่างน่าเชื่อถือ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันไม่ได้พิจารณาแค่เนื้อหาโฆษณาเท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงบุคลิก ความรู้ และท่าทีของผู้ส่งสารด้วย อินฟลูเอนเซอร์ที่มีความรู้จริง และสามารถแนะนำสินค้าได้อย่างถูกต้องและเป็นกลาง จะสามารถโน้มน้าวใจผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Khan & Phung (2021) พบว่า อินฟลูเอนเซอร์ที่มีความน่าเชื่อถือสามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อได้มากขึ้น โดยมีเนื้อหาและความคิดเห็นเกี่ยวกับตราสินค้าที่น่าสนใจเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อสินค้า ในขณะเดียวกันด้านความเป็นที่นิยมไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจเกิดจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับชมที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสนิยมของสินค้าในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งหรือรวมทั้งอาจมีจำนวนยอดผู้ติดตามน้อย ซึ่งเป็นการสะท้อนความอิ่มตัวของผู้ติดตามหรือความไม่สอดคล้องของสินค้า ความแตกต่างระหว่างหมวดสินค้าหรือประเภทคอนเทนต์ YouTube (รีวิวของใช้กับความบันเทิง) ไม่ถูกสำรวจ และอาจจะยังไม่มีการหาเหตุผลกลับมา

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้า (Influencer–Brand Fit) มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ โดยสามารถอธิบายการแปรปรวนได้ถึง 64.7% (R^2 = 0.647) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคลิกภาพ เนื้อหา และไลฟ์สไตล์ของอินฟลูเอนเซอร์มีความสอดคล้องกับตราสินค้าจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มโอกาสในการซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคเห็นว่าแบรนด์และอินฟลูเอนเซอร์มีภาพลักษณ์หรือเนื้อหาที่เข้ากันได้จะเกิดความรู้สึกเป็นธรรมชาติและเชื่อถือได้มากขึ้น ซึ่งนำไปสู่การตอบรับแบรนด์ในทางบวก และกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kamins (1990) ที่เน้นว่าความเข้ากันของอินฟลูเอนเซอร์และแบรนด์ส่งผลโดยตรงต่ออารมณ์และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ยูทูบ จากโฆษณาของยูทูบเบอร์ โดยเฉพาะความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญของอินฟลูเอนเซอร์ที่สามารถสะท้อนถึงบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อถือและความเชี่ยวชาญในการจูงใจผู้บริโภคให้เกิดพฤติกรรมการซื้อได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ความเข้ากันของผู้มีอิทธิพลกับตราสินค้าช่วยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อสินค้า ในทางกลับกันผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ด้านความเป็นที่นิยม ไม่พบว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ยูทูบ อย่างมีนัยสำคัญ องค์ความรู้สามารถสรุปแผนภาพ ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า
จากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ยูทูบ

ที่มา : โดยผู้วิจัย

สรุป

สรุปภาพรวมผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากอิทธิพลของผู้มีอิทธิพลบนสื่อออนไลน์ยูทูบ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเชี่ยวชาญ และความเข้ากันได้ระหว่างอินฟลูเอนเซอร์กับแบรนด์ ซึ่งล้วนมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อ โดยเฉพาะเมื่ออินฟลูเอนเซอร์สามารถนำเสนอเนื้อหา บุคลิกภาพ และไลฟ์สไตล์ที่สอดคล้องกับตัวสินค้าและแบรนด์ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลการศึกษานี้เป็นประโยชน์อย่างมากต่อภาคธุรกิจและนักการตลาดในการวางแผนกลยุทธ์การเลือกใช้อินฟลูเอนเซอร์ให้เหมาะสมกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจผู้บริโภคและส่งเสริมการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ยังสามารถนำข้อมูลเชิงลึกที่ได้ไปพัฒนาการตลาดออนไลน์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิผลยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัด คือ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ซึ่งอาจไม่สะท้อนตัวแทนประชากรทั้งหมด จึงส่งผลให้เกิดอคติจากการไม่ครอบคลุม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อในระดับมาก โดยเฉพาะด้านสื่อโฆษณาออนไลน์และความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งบ่งชี้ว่าเนื้อหาของวิดีโอโฆษณาที่ดึงดูดและตรงกับความสนใจของผู้ชมสามารถกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น นักการตลาดควรให้ความสำคัญกับการออกแบบคอนเทนต์ที่สร้างสรรค์สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และสามารถสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับผู้ชม

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ความน่าเชื่อถือและความเชี่ยวชาญของอินฟลูเอนเซอร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มจะไว้วางใจและยอมรับคำแนะนำจากอินฟลูเอนเซอร์ที่มีความรู้และสามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าได้ ดังนั้น แบรนด์ควรเลือกอินฟลูเอนเซอร์โดยเน้นที่ความเชี่ยวชาญและความน่าเชื่อถือมากกว่าจำนวนผู้ติดตามซึ่งงานวิจัยนี้พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.3 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ความเข้ากันระหว่างอินฟลูเอนเซอร์กับแบรนด์ (Influencer–Brand Fit) มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะเมื่อบุคลิกภาพ เนื้อหา และไลฟ์สไตล์ของอินฟลูเอนเซอร์มีความสอดคล้องกับแบรนด์ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพิจารณาความเหมาะสมของภาพลักษณ์อินฟลูเอนเซอร์กับแบรนด์เป็นลำดับแรกในการวางแผนแคมเปญเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการตลาด และสร้างการรับรู้ในทิศทางที่ดีต่อสินค้าและบริการ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ เช่น TikTok, Instagram หรือ Facebook เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในแต่ละแพลตฟอร์ม

2.2 ควรศึกษาปัจจัยด้านอารมณ์หรือความสัมพันธ์เชิงลึกระหว่างผู้บริโภคกับอินฟลูเอนเซอร์ เช่น ความผูกพัน ความภักดี หรือแรงจูงใจทางจิตวิทยา เพื่อเพิ่มความเข้าใจในการสื่อสารทางการตลาดแบบมีอิทธิพลในมิติต่าง ๆ อย่างรอบด้าน

2.3 ควรใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรทั้งหมด

2.4 การวิจัยครั้งต่อไปอาจเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่งข้อมูลเพื่อป้องกันความลำเอียงวิธีร่วม (Common Method Bias: CMB)

2.5 การวิจัยครั้งต่อไปอาจวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ก่อนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) หรือการวิเคราะห์โมเดลสมการโรงสร้าง (SEM)

2.6 การวิจัยครั้งต่อไปอาจแสดงทิศทาง mediator หรือ moderator ของตัวแปรความไว้วางใจต่อแบรนด์ ประสบการณ์ใช้งาน You Tube

เอกสารอ้างอิง

จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์, อรณัฏฐ์ นครศรี และอาภาภรณ์ หาโส๊ะ. (2566). การโน้มน้าวใจในบริบทของการตลาดโดยใช้ผู้มีอิทธิพล. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 12*(1), 230-239. https://doi.org/10.14456/jirgs.2023.20

ธนากร ทองธรรมสิริ นันทนา ลาภวิเศษชัย และปภาดา อนันต์กีรติการ. (2566). อิทธิพลของ Influencer ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อลูกชิ้นยืนกิน จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, *14*(2), 495-506. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/263328

เบญญา หวังมหาพร และทิพย์รัตน์ เลาหวิเชียร์. (2563). ผลของความไว้วางใจและคุณค่าที่รับรู้ได้ต่อการตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสาร BU Academic Review, 19*(2) , 151-163. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/buacademic review/article/view/240265

Abdullah, M., Farooq, H., Sana, M., Mushtaq, S., & Hassan, S. M. (2024). Effect Of Social Media Influencers' credibility on Consumers' Purchase Intentions: A Mediating and Moderating Analysis. *Journal of Education and Social Studies*, *5*(2), 521-534. https://doi.org/10.52223/jess.2024.5232

Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior. In Action control (pp. 11-39)*. Springer. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-69746-3_2

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Datareportal. (2568, 5 กุมภาพันธ์*). Digital 2025: Global Overview Report*. https://datareportal.com /reports/digital-2025-global-overview-report

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis: Pearson new international* (8th ed.). Cengage Learning EMEA.

Kamins, M. A. (1990). An investigation into the "match-up" hypothesis in celebrity advertising: When beauty may be only skin deep. *Journal of advertising*, *19*(1), 4-13. https://doi.org/10.1080/00913367.1990.10673175

Kamins, M. A., & Gupta, K. (1994). Congruence between spokesperson and product type: A matchup hypothesis perspective. *Psychology & Marketing*, *11*(6), 569-586. https://doi.org/10.1002/mar.4220110605

Khan, R., F. & Phung, P., S. (2021). Social Media Influencers and its Impacts on Consumer Behavior: Malaysia. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, *25*(4), 6276–6285. http://annalsofrscb.ro/index.php/journal/article/view/3218

Kotler, P. & Keller.L.K. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Mazmaker. (2021, 12 มกราคม). *YouTube คืออะไร?*. https://mazmaker.com/youtube-%e0%b8%84%e0%b8%b7%e0%b8%ad%e0%b8%ad%e0%b8%b0%e0%b9%84%e0%b8%a3/

Riley, D.R., Ensor, J., Snell, K.I.E., Harrell, F.E Jr., Martin, G.P., Reitsma, J.B., Moons, K.G.M., Collins, G. & Smeden, V. M. (2020). *Calculating the sample size required for developing a clinical prediction model. BMJ, 368*, 1–12. https://doi.org /10. 1136/ bmj.m441

การพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของจังหวัดนครนายก

DEVELOPMENT OF SAFE AGRICULTURAL TOURISM THROUGH COMMUNITY-BASED AGROTOURISM IN NAKHON NAYOK PROVINCE

รวิกานต์ อำนวย*, วณิฎา ศิริวรสกุล, พัชรี กล่อมเมือง และณัฏฐา เกิดทรัพย์
Rawikarn Amnuay, Wanida Siriworasakul, Patcharee Klommeung and Natta Kertsup
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ประเทศไทย
Phranakhon Rajabhat University, Thailand
*Corresponding Author E-mail: rawikarn@pnru.ac.th
Received July 17, 2025; **Revised** December 18, 2025; **Accepted** December 19, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนต้นแบบและบริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดนครนายก 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย และ 3) สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 21 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1) บริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนต้นแบบและบริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดนครนายก พบว่า เป็นการใช้ทรัพยากรและอัตลักษณ์ท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การพัฒนาที่เชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรรม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว โดยชุมชนเป็นผู้จัดการหลักโดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแกนกลางผสานกับการใช้เทคโนโลยีและเครือข่าย

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยของจังหวัดนครนายก ประกอบด้วย ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณีและความเป็นอยู่ของชุมชน การเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ สังคม ด้านเครือข่าย และกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

3) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของจังหวักนครนายก ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมและได้ประสบการณ์จริง ชุมชนเป็นศูนย์กลาง ปลอดภัยต่อสุขภาพ เชื่อมโยงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น การจัดการที่ยั่งยืน การตลาดและเครือข่าย

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงเกษตร, เกษตรปลอดภัย, ชุมชนเป็นฐานราก, จังหวัดนครนายก

Abstract

This article aimed to 1) study the context of community-based agrotourism in model communities and the overall agrotourism context of Nakhon Nayok Province 2) study the factors influencing safe agricultural tourism through community-based agrotourism in Ban Na District, Nakhon Nayok Province and 3) create a model for safe agricultural tourism through community-based agrotourism in Ban Na District, Nakhon Nayok Province. This research employed a mixed-methods approach, integrating both qualitative and quantitative methodologies. The qualitative research involved 21 key informants using in-depth interviews, with data analyzed through content analysis. For the quantitative part, the sample consisted of 100 tourists who visited Nakhon Nayok Province. Data were collected using a structured questionnaire and analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research results were found as follows;

1) The context of agrotourism in model communities and in Nakhon Nayok Province involves the utilization of local resources and identity, with active community participation. Development is integrated among agriculture, culture, and tourism, with the community serving as the main manager. Local resources and indigenous knowledge form the foundation, complemented by the use of technology and networks.

2). The factors influencing safe agricultural tourism through community-based agrotourism in Ban Na District, Nakhon Nayok Province include the abundance of natural resources, local culture and traditions, community lifestyle, political and administrative structures, economy, social dynamics, networking, and community participation processes.

3) The model for safe agrotourism through community-based agrotourism comprises six key components: participatory and experiential involvement, community-centered management, health and safety, integration of local culture and lifestyle, sustainable management, marketing and networking.

Keywords: Agrotourism, Safe Agriculture, Community-Based, Nakhon Nayok Province

บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เศรษฐกิจโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการขยายตัวของชนชั้นรายได้ปานกลางทั่วโลกเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มใช้จ่ายสูงขึ้น โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยว สุขภาพ และสินค้าเกษตรปลอดภัย โดยประเทศกำลังพัฒนาจำนวนมากกำลังก้าวขึ้นสู่ระดับรายได้ปานกลางและมีสัดส่วนการบริโภคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความยั่งยืนเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างมากต่อความปลอดภัยด้านอาหาร โดยเฉพาะผักและผลไม้ทางการเกษตร เนื่องจากข้อมูลจากหลายหน่วยงานชี้ให้เห็นถึงปัญหาสารเคมีตกค้างที่เกินค่ามาตรฐาน

ในผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งอาจส่งผลต่อสุขภาพของผู้บริโภค ทั้งในด้านอาการแพ้เฉียบพลัน โรคเรื้อรัง รวมถึงโรคมะเร็ง ความกังวลนี้นำไปสู่แนวโน้มของผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจเลือกซื้ออาหารที่มีความปลอดภัย หรือมีการรับรองว่าเป็นผักปลอดภัยหรือเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น และสังคมได้ให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพมากขึ้น ทำให้เกิดกระแสการรักสุขภาพ จึงทำให้มองไปที่อาหารปลอดภัย และระบบการผลิตที่เรียกว่าเกษตรปลอดภัย เกษตรปลอดภัย คือระบบการเกษตรที่จะให้ผลิตผลที่ปลอดภัยจากสารพิษ หรือปลอดภัยจากการปนเปื้อนของสารและโลหะที่จะมีผลต่อผู้บริโภค นอกจากนั้นระบบการผลิตนั้นจะต้องปลอดภัยกับสิ่งแวดล้อม และเกษตรกรผู้ผลิตด้วย (ประสาท เกศวพิทักษ์, 2558) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถดำเนินการให้ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ในการพัฒนาท้องถิ่น โดยเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มุ่งเน้นทางในการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของเกษตรกรรมในชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีชีวิตวัฒนธรรม ประเพณี และมีการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาปรับใช้ให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชนและตัวเกษตรกรเอง (ราณี อิสิชัยกุล, 2560)

จังหวัดนครนายกเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่เป็นที่นิยมของนักเที่ยวเพราะใช้เวลาในการเดินทางไม่มากนัก ในพื้นที่อำเภอบ้านนานั้น ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก คือ ทำนาและทำสวนผักผลไม้เป็นการผลิตแบบรายย่อยในครัวเรือน คนในชุมชนถือครองที่ดินเพื่อทำกิน เน้นปลูกพืชเชิงเดี่ยวที่ใช้ระยะเวลาในการเพาะปลูกสั้น ๆ เพื่อหารายได้ อำเภอบ้านนาไม่ได้มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากนัก เป็นเพียงทางผ่านที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้าไปสู่อำเภอเมืองที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวหลักของจังหวัดนครนายก เนื่องจากอำเภอบ้านนาไม่ใช่แหล่งท่องเที่ยวหลัก ถ้าหากว่ามีการพัฒนาให้พื้นที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงการเกษตรก็จะทำให้คนในพื้นที่มีรายได้เพิ่มขึ้น และยังจะทำให้เกษตรกรเกิดแนวคิดในพัฒนาผลผลิตของตนเองให้มีคุณภาพ เกิดการรวมกลุ่มแปรรูปผลผลิตมากขึ้น และจากการลงพื้นที่สำรวจของคณะผู้วิจัยยังพบว่า กลุ่มผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชนมีแนวคิดสอดคล้องกันว่ามีความต้องการที่จะพัฒนาพื้นที่เกษตรกรรมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้เชิงเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการอนุรักษ์พื้นที่เกษตรให้คงอยู่และสร้างเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตรเพื่ออนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมของคนบ้านนา และพัฒนาเป็นแหล่งให้ความรู้ให้แก่ผู้สนใจ แต่ก็ยังมีปัญหาคือชุมชนยังขาดรูปแบบในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างเป็นรูปธรรม

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของจังหวัดนครนายก เพื่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยที่เพิ่มขึ้น และมีการขยายความร่วมมือด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไปยังหน่วยงานเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และท้องถิ่นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนต้นแบบและบริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก
3. เพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก

การทบทวนวรรณกรรม

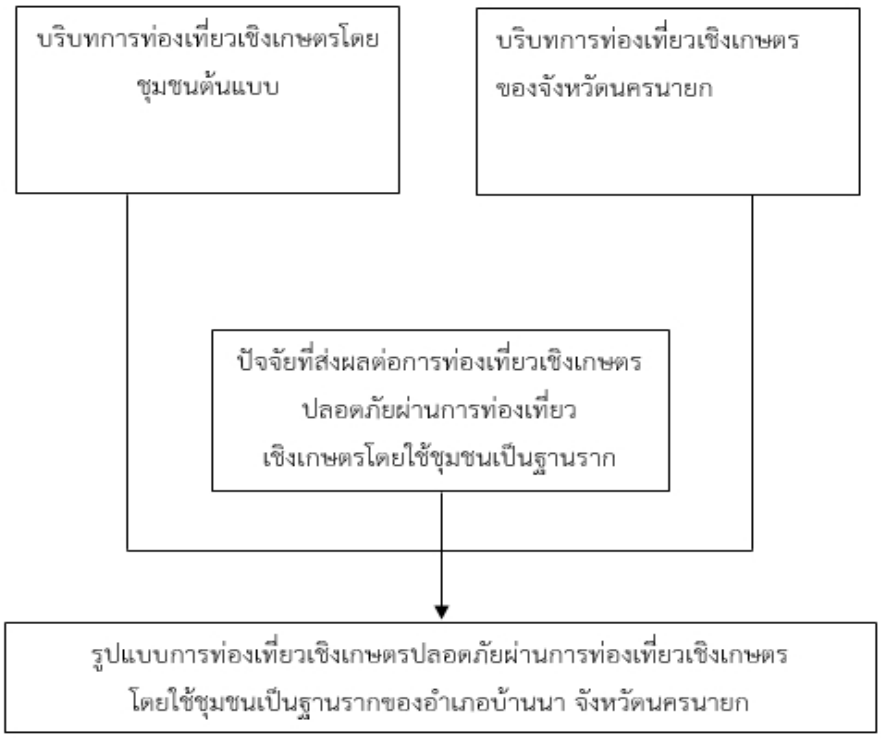
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเกษตรปลอดภัย วรรณกรรมในประเด็นนี้ เช่น กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2562) และ ประสาท เกศวพิทักษ์ (2558) ได้ให้คำจำกัดความและกรอบแนวคิดเกี่ยวกับเกษตรปลอดภัยไว้อย่างครอบคลุม โดยเน้นการผลิตที่ลดหรือเลิกการใช้สารเคมี เพื่อความปลอดภัยต่อผู้บริโภค เกษตรกร และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเชื่อมโยงกับเกษตรอินทรีย์และการฟื้นฟูดินด้วยชีวภาพ

แม้จะมีการกล่าวถึงหลักการเกษตรปลอดภัยและรูปแบบการผลิตที่เหมาะสม จึงต้องมีการนำแนวคิดเกษตรปลอดภัยมาบูรณาการเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในบริบทของชุมชนที่ดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) และแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่เปิดโอกาสให้นักท่องท่อเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศวัฒนธรรม ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และอาหาร องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งด้านทรัพยากร กิจกรรมตลาด และบริการ โดยชี้ให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการเรียนรู้วิถีเกษตรและวัฒนธรรม (กรมการท่องเที่ยว, 2557) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม โดยการให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการเกษตร การดำเนินชีวิต ประเพณี และ วัฒนธรรม ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและชุมชนจากทรัพยากรที่มีอยู่ภายในท้องถิ่น (Sathe & Randhave, 2019) และแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) จากนิยามของประมาณ เทพสงเคราะห์ (2553) และนิยามของ วีระพล ทองมา และประเจต อำนาจ (2547) ซึ่งก็ได้เน้นถึงความสำคัญของชุมชนในการเป็นเจ้าของและบริหารจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเองอย่างยั่งยืน โดยอาศัยการมีส่วนร่วมในทุกมิติของการพัฒนา แม้มีการศึกษาแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) อย่างแพร่หลายที่จะพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมเกษตรปลอดภัยโดยตรง ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในระดับพื้นที่ และรูปแบบการจัดการที่สามารถถ่ายทอดเป็นต้นแบบสำหรับชุมชนอื่น ๆ

สรุปได้ว่า การนำแนวคิดด้านเกษตรปลอดภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวโดยชุมชนมาผนวกรวมกัน ทำให้ผู้วิจัยสามารถออกแบบรูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากได้อย่างเป็นระบบ โดยแต่ละทฤษฎีมีบทบาทเสริมกัน แนวคิดเกษตรปลอดภัยใช้กำหนดมาตรฐานการผลิตเพื่อสร้างความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรใช้กำหนดรูปแบบกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรง และแนวคิดใช้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการโดยชุมชน เพื่อความยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างหารวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้นแล้วนั้น ผู้วิจัยได้มีการวางกรอบแนวความคิดที่ศึกษาได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) เพื่อประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

กลุ่มเป้าหมาย 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ประกอบด้วย กลุ่มผู้นำท้องถิ่น/ผู้นำท้องที่ กลุ่มแกนนำ/คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน/ผู้นำกลุ่มอาชีพ/ปราชญ์ชาวบ้าน และตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วย สำนักงานเกษตรและสหกรณ์อำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด กลุ่มองค์กรธุรกิจ ประกอบการร้านค้า นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนเกษตรที่ทำเกษตรปลอดภัย รวมทั้งสิ้น 21 คน ตามแนวประเด็นคำถามกับผู้เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis) ผู้วิจัยใช้การคัดเลือกแบบเจาะจงโดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยหรือการขับเคลื่อนชุมชน มีประสบการณ์หรือองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว เกษตรปลอดภัย หรือการพัฒนาชุมชน เป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับจากชุมชนหรือเครือข่ายในฐานะผู้นำหรือผู้มีบทบาทสำคัญและเป็นตัวแทนที่สะท้อนความหลากหลายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ 2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดนครนายก จำนวน 100 คน โดยอาศัยความไม่น่าจะเป็นและใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ยินดีตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 แบบ ประกอบด้วย เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ 1) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยการศึกษาวิจัยเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งจากภายในประเทศและข้อมูลจากการศึกษาของต่างประเทศ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการพัฒนาเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของจังหวัดนครนายก เพื่อหาสภาพแวดล้อมเบื้องต้น และ 2) เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณคือ แบบสอบถามแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวเพื่อสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยหาค่าความเที่ยง(Validity)ของเครื่องมือวิจัยใช้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เพื่อทดสอบความตรงของเนื้อหาและหาค่าความความเชื่อมั่น(Reliability)ของเครื่องมือกับผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายได้ค่า Cronbach’s Alpha=0.89

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ(Key Informants) ที่ได้กำหนดไว้และแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวเพื่อสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อีกทั้งการเก็บข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานราก

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นหลักและการวิจัยเชิงปริมาณโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (X) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อนำมาสู่การสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานราก

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่าบริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนต้นแบบและบริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า บริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนต้นแบบมีแนวทางการดำเนินงาน โดยเปิดสวนเกษตรให้นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ OTOP จัดกิจกรรมเรียนรู้พัฒนาแปรรูปผลผลิต จัดทำโฮมสเตย์อย่างมีมาตรฐานโยชุมชนจัดการเอง ฟื้นฟูขนบธรรมเนียม โดยมีปัจจัยแห่งความสำเร็จคือ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน บริหารจัดการร่วมกันในชุมชน รักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้ดี เชื่อมโยงเกษตรกับวัฒนธรรมประเพณี รักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่ท่องเที่ยว ได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายพัฒนา มีความรู้และเทคโนโลยีท้องถิ่นพัฒนาระบบเรียนรู้และการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เชื่อมผลิตภัณฑ์ชุมชนกับการท่องเที่ยว และเชื่อมโยงตลาดและการสื่อสารออนไลน์ ส่วนบริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดนครนายกมีลักษณะโดดเด่นและเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืน จังหวัดนครนายกมีภูมิประเทศที่หลากหลาย ทั้งพื้นที่ราบเชิงเขา ป่าไม้ น้ำตก และลำธารธรรมชาติเหมาะสำหรับการเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีแหล่งน้ำสำคัญ เช่น เขื่อนขุนด่านปราการชล

ที่ส่งผลให้มีระบบชลประทานดี สนับสนุนการทำเกษตรได้อย่างต่อเนื่องตลอดปี พื้นฐานทางเศรษฐกิจและวิถีชีวิตประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และการเลี้ยงสัตว์เกษตรกรเริ่มปรับตัวมาสู่เกษตรปลอดภัยหรือเกษตรอินทรีย์มากขึ้นตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนมีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มเกษตรกรเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น โฮมสเตย์ สวนผลไม้เปิดให้นักท่องเที่ยวเก็บผลไม้เอง การทำเวิร์กช็อปอาหารพื้นบ้าน หรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตร การเข้าถึงและโลจิสติกส์ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพฯ เดินทางสะดวกด้วยรถยนต์ ใช้เวลาเพียง 1-2 ชั่วโมง ทำให้นครนายกเหมาะกับการท่องเที่ยวแบบไป-กลับหรือค้างคืนระยะสั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานพอสมควร โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น เช่น การแปรรูปสมุนไพร การทำผลิตภัณฑ์จากกล้วย การทำขนมพื้นบ้าน ฯลฯ ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดในการสร้าง "เรื่องเล่า" (storytelling) เพื่อเพิ่มเสน่ห์การท่องเที่ยว และจากข้อมูลการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดนครนายก พบว่า ความต้องการในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ต้องการความสวยงามของทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน พบว่า ส่วนใหญ่เคยท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือพักผ่อน กิจกรรมท่องเที่ยวที่ทำให้อยากไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนแห่งนี้คือ การพักผ่อนหย่อนใจในจุดชมวิวสำหรับพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน ส่วนใหญ่ คือ ไม่พักค้างคืน เดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งนี้ 1-2 วัน ผู้ร่วมเดินทางเป็นสมาชิกในครอบครัวที่ร่วมเดินทาง นักท่องเที่ยวอยากให้ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนด้วยสื่ออินเทอร์เน็ต แหล่งท่องเที่ยวควรเปิดบริการทุกวันเปิดตลอดเวลา โดยนักท่องเที่ยวต้องการ การศึกษาและพัฒนาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของเกษตรกร เหตุผลที่จะเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน ความน่าสนใจด้านเกษตรกรรมและวิถีชีวิตทางการเกษตร โดยเฉพาะสวนผลไม้และกิจกรรมท่องเที่ยวที่อยากให้เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนคือ การพักผ่อนหย่อนใจในจุดชมวิวที่สำหรับพักผ่อน และความต้องการในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ความต้องการในการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ต้องการความสวยงามของทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวรองลงมา คือ ความเพียงพอของข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และลำดับสุดท้าย คือ ความสะดวกสบายของที่จอดรถ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า 2.1) ด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ตำบลบ้านนาตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีสภาพภูมิประเทศเอื้อต่อการทำเกษตรกรรมและการดำรงชีวิตของประชาชน โดยมีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญได้แก่ ดิน น้ำ ป่าไม้ และความหลากหลายทางชีวภาพช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของคนในชุมชน เป็นป่าดิบชื้นและป่าเบญจพรรณที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพันธุ์ไม้หลากหลายชนิด และเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ เอื้อต่อการทำเกษตรกรรมและยังสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีดินดี น้ำอุดมสมบูรณ์ และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการเพาะปลูก มีดินที่อุดมสมบูรณ์ เพราะเป็นดินร่วนหรือดินร่วนเหนียวปนทรายแป้ง มีความลึกและการระบายน้ำดี ความอุดมสมบูรณ์ปานกลางเหมาะสำหรับการเกษตรกรรม และเอื้อต่อการปลูกพืช

เกษตร การเกษตรในตำบลบ้านนาเป็นกิจกรรมหลักของชาวบ้าน พื้นที่การเกษตรประกอบด้วยการปลูกข้าว ผัก และผลไม้ รวมถึงการเลี้ยงสัตว์ในบางพื้นที่ดินในพื้นที่อุดมสมบูรณ์และมีการใช้ทรัพยากรน้ำในการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้การเกษตรมีผลผลิตที่ดีและสามารถรองรับการดำรงชีวิตของชุมชนได้ 2) วัฒนธรรมประเพณีและความเป็นอยู่ของชุมชน มีวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง และวิถีชีวิตเรียบง่ายตามแนวทางเกษตรกรรมประเพณีและความเชื่อยังคงได้รับการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีศาสนาและชุมชนเป็นศูนย์กลางของการดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชนยังคงความดั้งเดิมแต่ปรับตัวเข้ากับยุคสมัย ตำบลบ้านนาเป็นตัวอย่างของชุมชนชนบทที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ได้อย่างดี ควบคู่ไปกับการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน วิถีชีวิตของชุมชนยังคงผูกพันกับการเกษตรและการอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้าน ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น โดยเฉพาะในด้านประเพณีพื้นบ้าน วิถีชีวิตเกษตรกรรม และการดำรงชีวิตแบบเรียบง่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง 3) มีการเมืองการปกครองเศรษฐกิจ สังคมมีการจัดการด้านการปกครองที่เป็นระบบ เศรษฐกิจที่เน้นการเกษตรกรรมและการพาณิชยกรรมที่เติบโต รวมถึงสังคมที่มีคุณภาพชีวิตดีและรักษาประเพณีวัฒนธรรมอย่างเข้มแข็ง องค์การปกครองท้องถิ่นมีบทบาทในดูแลการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สนับสนุนการทำเกษตรกรรมและการพัฒนาอาชีพของประชาชนส่งเสริมการศึกษาและการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี จัดโครงการพัฒนาชุมชน 4) ศักยภาพในการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ใช้ชุมชนเป็นฐานรากโดยอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและความร่วมมือของชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นเครือข่ายของตำบลบ้านนาเป็นการรวมกลุ่มของชุมชน องค์กรท้องถิ่น และภาคส่วนต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาในด้าน เศรษฐกิจ สังคม เกษตรกรรม การศึกษาและการท่องเที่ยว ซึ่งช่วยให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ 5) กระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนตำบลบ้านนาเป็นการทำงานร่วมกันในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การรับรู้ การระดมความคิดเห็น การตัดสินใจ การดำเนินการ จนถึงการติดตามและการประเมินผล การประชุมที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในทุกขั้นตอน มีการตั้งกลุ่มหรือคณะทำงานชุมชนตั้งกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มท่องเที่ยว หรือกลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อร่วมกันดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง มีการทำงานร่วมกับหน่วยงานภายนอก โดยชุมชนร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นหรือองค์กรภายนอกเพื่อได้รับการสนับสนุนในด้านทรัพยากร เช่น งบประมาณ หรือความรู้ในการพัฒนาและมีการใช้สื่อชุมชน การประชาสัมพันธ์กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น วิทยุชุมชน เว็บไซต์ หรือโซเชียลมีเดีย และผู้นำท้องถิ่นยิ่งมีส่วนสำคัญในกระบวนการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการเป็นผู้นำในการสร้างวิสัยทัศน์และทิศทาง ผู้นำต้องกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ชัดเจน โดยการวางแผนที่สามารถตอบสนองความต้องการของทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก เป็นรูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการเกษตร การอนุรักษ์ธรรมชาติ และความปลอดภัย โดยใช้ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการหลักในการจัดการและพัฒนาโครงการ โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และมีการสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านเศรษฐกิจและ

สังคมของท้องถิ่น ประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมและได้ประสบการณ์จริง โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและกิจกรรมทางการเกษตรในพื้นที่จริง โดยเน้นความปลอดภัยของทั้งผลิตผลและกระบวนการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อมโดยมีกิจกรรมเน้นการเดินทางไปเยี่ยมชมฟาร์มเกษตรที่ปลอดสารพิษ โดยเน้นกิจกรรมเชิงประสบการณ์ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยไม่ได้เป็นเพียงการชมสวนหรือถ่ายภาพเท่านั้น แต่ต้องเน้นการลงมือทำจริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงและเกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง กิจกรรมลักษณะนี้จะทำให้ผู้มาเยือนเกิด ความผูกพันกับพื้นที่ เห็นคุณค่าของทรัพยากร และมีแนวโน้มที่จะกลับมาเยือนอีก หรือช่วยประชาสัมพันธ์ให้ชุมชน 2) ชุมชนเป็นศูนย์กลาง ชุมชนเป็นผู้นำและจัดการรายได้ หัวใจ คือการให้ชุมชนเป็นเจ้าของไม่ใช่แค่เป็นผู้ให้บริการ ชุมชนควรมีระบบบริหารจัดการที่ดี โดยการการสร้างความเข้าใจและความตระหนักในชุมชนจัดประชุมหมู่บ้านเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย สร้างความตระหนักถึงโอกาสในการสร้างรายได้ และผลดีต่อชุมชนในระยะยาว มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญหรือชุมชนต้นแบบมาแบ่งปันประสบการณ์ สนับสนุนการรวมกลุ่มของเกษตรกรหรือวิสาหกิจชุมชนคัดเลือกเกษตรกรที่มีความพร้อมเข้าร่วม 3) ปลอดภัยต่อสุขภาพ โดยการส่งเสริมการเกษตรปลอดสารเคมี/เกษตรอินทรีย์ โดยการอบรมเกษตรกรในพื้นที่ให้เข้าใจหลักการเกษตรอินทรีย์ เช่น ใช้ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยชีวภาพ แทนปุ๋ยเคมี ใช้น้ำส้มควันไม้ สมุนไพรไล่แมลง แทนยาฆ่าแมลง และมีการคัดเลือกแปลงเกษตรต้นแบบ สำหรับใช้เป็นแหล่งเรียนรู้และเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชม สนับสนุนการผลิตที่ปลอดภัยตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูก เก็บเกี่ยว ไปจนถึงการแปรรูป ขอรับรองมาตรฐานความปลอดภัยของผลผลิตเพื่อผลักดันให้กลุ่มเกษตรกรเข้าสู่ระบบรับรองมาตรฐาน เช่น GAP (Good Agricultural Practices) (เกษตรปลอดภัย) Organic Thailand (เกษตรอินทรีย์) และประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน 4) การเชื่อมโยงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่นการเชื่อมโยงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่นกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก เป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยให้การท่องเที่ยวมีมิติที่ลึกขึ้น ไม่ใช่แค่เที่ยวสวน แต่เป็นการสัมผัสรากเหง้าและตัวตนของชุมชนโดยมีการบูรณาการกิจกรรมเกษตรเข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาในทุกปีจะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและจดจำอำเภอบ้านนาในมุมที่ลึกและมีความหมาย ชุมชนก็ภาคภูมิใจในรากเหง้าและสามารถใช้วัฒนธรรมสร้างรายได้ 5) การจัดการที่ยั่งยืน โดยการจัดการที่ยั่งยืนถือเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง มีคุณภาพและเกิดประโยชน์ต่อชุมชนในระยะยาวดังนั้น ควรมีระบบบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วมและเป็นธรรม จัดตั้งคณะกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีตัวแทนจากกลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน กลุ่มสตรี เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้นำท้องถิ่น มีการประชุมสม่ำเสมอ (เช่น ทุกเดือน) เพื่อร่วมกันวางแผนกิจกรรมท่องเที่ยว ตรวจสอบรายรับรายจ่าย และกำหนดแนวทางพัฒนา มีการกำหนดระบบบริหารงานอย่างเป็นระบบ 6) การตลาดและเครือข่าย เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยของตำบลบ้านนา ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนสามารถประชาสัมพันธ์ ดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพต้องใช้สื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์ (Digital Marketing) จัดทำเว็บไซต์หรือหน้าเพจข้อมูลกิจกรรมแสดงรายละเอียดกิจกรรม เครือข่ายการท่องเที่ยว คือปัจจัยสำคัญที่ช่วย สนับสนุน เสริมสร้าง และขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยให้เติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งการมีเครือข่ายที่แข็งแรงจะทำให้ชุมชนมีทั้ง

องค์ความรู้ ทรัพยากร และช่องทางตลาดที่หลากหลายมากขึ้น โดยมีการเชื่อมโยงกับโรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือบริษัท CSR เป็นวิธีสำคัญในการสร้างเครือข่าย โดยเครือข่ายเหล่านี้จะช่วยเสริมองค์ความรู้ พัฒนาศักยภาพ สนับสนุนกิจกรรม และเปิดตลาดใหม่ให้กับชุมชน

ดังนั้น รูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยในอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก จะเน้นการสร้างประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับธรรมชาติและสุขภาพ ผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการใช้ชุมชนเป็นฐานรากในการพัฒนาและดูแลโครงการ ชุมชนจะมีบทบาทสำคัญในการให้บริการต่าง ๆ ทั้งในด้านการเกษตร การพักผ่อน และการเรียนรู้กิจกรรมท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งทั้งหมดนี้จะช่วยสร้างการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและปลอดภัย ตลอดจนเสริมสร้างเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนได้อย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า บริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนต้นแบบมีแนวทางการดำเนินงาน โดยเปิดสวนเกษตรให้นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ OTOP จัดกิจกรรมเรียนรู้พัฒนาแปรรูปผลผลิต จัดทำโฮมสเตย์อย่างมีมาตรฐานโยชุมชนจัดการเอง ฟื้นฟูขนบธรรมเนียม โดยมีปัจจัยแห่งความสำเร็จคือ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน บริหารจัดการร่วมกันในชุมชน รักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้ดี เชื่อมโยงเกษตรกับวัฒนธรรมประเพณี รักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่ท่องเที่ยว ได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายพัฒนา มีความรู้และเทคโนโลยีท้องถิ่น พัฒนาระบบเรียนรู้และการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เชื่อมผลิตภัณฑ์ชุมชนกับการท่องเที่ยว และเชื่อมโยงตลาดและการสื่อสารออนไลน์ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนต้นแบบ ในหลายพื้นที่ของประเทศไทย เช่น บ้านบางเจ้าฉ่า บ้านห้วยห้อม บ้านท่าขันทอง บ้านนาต้นจั่น และบ้านศาลาดิน ล้วนมีลักษณะร่วมกันในด้านการพัฒนาที่เชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรรม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว โดยชุมชนเป็นผู้จัดการหลัก ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวของชุมชนเหล่านี้ประสบความสำเร็จ จากการวิเคราะห์พบว่าชุมชนต้นแบบสามารถพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ ทรัพยากรท้องถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแกนกลาง ผสานกับการใช้เทคโนโลยีและเครือข่ายเพื่อการสื่อสารการตลาด ส่งผลให้กิจกรรมมีความน่าสนใจหลากหลาย และสามารถสร้างรายได้อย่างยั่งยืน ตัวอย่างเช่น การเปิดสวนเกษตรให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชม ทดลองทำกิจกรรมจริงในฟาร์ม เรียนรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดโฮมสเตย์อย่างมีมาตรฐานเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวบ้านอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กวินพัฒน์ เลิศพงษ์มณี (2565) เรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชน ในทุกขั้นตอนของการจัดการท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรท้องถิ่น และการสร้างอัตลักษณ์ผ่านกิจกรรมวัฒนธรรมและเกษตรเป็นหัวใจสำคัญของความยั่งยืนในชุมชนท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับหทัยชนก คะตะสมบูรณ (2565) เรื่องของการประยุกต์ใช้ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการตนเองของชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ชี้ให้เห็นว่า การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปผลผลิต และสร้างเรื่องเล่าท้องถิ่น เป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก ประกอบด้วย

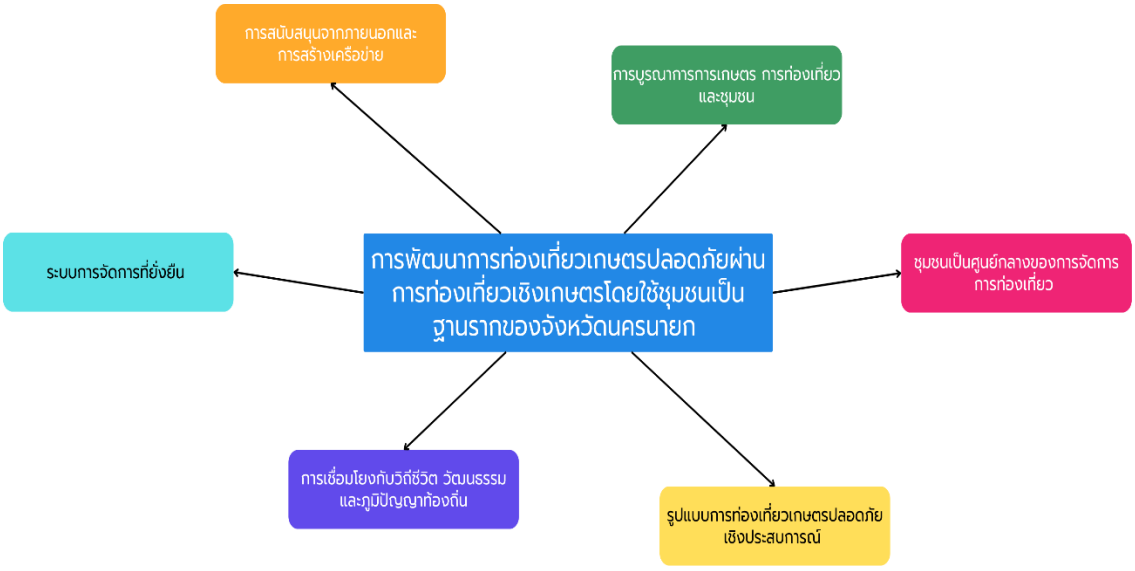
ด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ด้านวัฒนธรรมประเพณีและความเป็นอยู่ของชุมชน ด้านการเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ สังคม ด้านเครือข่าย และด้านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เนื่องจากพื้นที่ตำบลบ้านนามีลักษณะภูมิประเทศที่เอื้อต่อการเกษตร โดยมีดินที่อุดมสมบูรณ์ น้ำเพียงพอ และระบบนิเวศหลากหลาย ทั้งป่าไม้ ป่าดิบชื้น และพันธุ์พืชท้องถิ่นจำนวนมาก สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสนับสนุนกิจกรรมการเกษตรปลอดภัย เป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งทางวัฒนธรรม มีประเพณีท้องถิ่นที่ยังคงสืบทอด และการทำหัตถกรรมท้องถิ่น การผสานวัฒนธรรมเข้ากับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร ทำให้เกิดความลึกซึ้งในการเรียนรู้มากกว่าการท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวไม่เพียงได้ชมสวน แต่ยังได้เข้าใจรากเหง้า วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของชุมชนการบริหารจัดการท้องถิ่นของตำบลบ้านนาโดยองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และผู้นำชุมชนมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน น้ำ ไฟฟ้า และสนับสนุนเกษตรกรด้วยโครงการเกษตรอินทรีย์เศรษฐกิจในพื้นที่เน้นการเกษตรเป็นหลัก โดยมีรายได้จากการปลูกข้าว ผลไม้ และการเลี้ยงสัตว์ ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย ขณะเดียวกันสังคมชาวบ้านนายังคงมีโครงสร้างชุมชนแบบครอบครัวขยาย มีความสัมพันธ์แน่นแฟ้น มีวัดเป็นศูนย์กลาง และให้ความสำคัญกับการพึ่งพาอาศัยกัน ปัจจัยเหล่านี้ส่งเสริมความพร้อมของชุมชนในการร่วมมือพัฒนาและต้อนรับนักท่องเที่ยวในระยะยาวมีเครือข่ายที่เข้มแข็งทั้งภายในและภายนอกชุมชน จากผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทราพร ทิพย์มงคล และสันติธร ภูริภักดี (2565) ได้ศึกษาเรื่องเล่าความสำเร็จการจัดการแหล่งเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืนด้วยหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไร่รื่นรมย์ เกษตรอินทรีย์ อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ได้กล่าวถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมทุกระดับของชุมชน ตั้งแต่การตัดสินใจ วางแผน ดำเนินการ และประเมินผล เช่นเดียวกับพื้นที่บ้านนาที่มีระบบการประชุมหมู่บ้าน การตั้งคณะทำงาน และการเปิดเวทีรับฟังข้อเสนอแนะจากชาวบ้าน

ผลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของอำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก เป็นรูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการเกษตร การอนุรักษ์ธรรมชาติ และความปลอดภัย โดยใช้ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการหลักในการจัดการและพัฒนาโครงการโดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และมีการสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น รูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยนี้จึงประกอบไปด้วย ด้านการมีส่วนร่วมและได้ประสบการณ์จริง ชุมชนเป็นศูนย์กลาง ปลอดภัยต่อสุขภาพ เชื่อมโยงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น การจัดการที่ยั่งยืน และการตลาดและเครือข่าย แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ที่แท้จริง ไม่ใช่เพียงการชมสวนหรือถ่ายภาพแต่ต้องการลงมือทำกิจกรรม การจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติตอบสนองกระแสการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรงเป็นการสร้างความผูกพันกับชุมชน และทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและต้องการกลับมาอีก สอดคล้องกับ ธรรมจักร เล็กบรรจง และคณะ (2562) ที่เน้นว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรควรส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเกษตร เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงและความเข้าใจในวิถีชีวิตชุมชน สอดคล้องกับ ณัฐธิดา จุมปา และธีรวัชร แก้วเปี้ย (2563) ได้พบว่าการพัฒนาศักยภาพการจัดการทรัพยากรของชุมชนชาติพันธุ์พื้นที่สูงเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านปางขอน จังหวัดเชียงรายพบว่า ต้องมีระบบบริหารจัดการที่โปร่งใส มีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม อีกทั้งการใช้ Digital Marketing

การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยโดยใช้ชุมชนเป็นฐานราก ต้องอาศัยความเข้าใจในมิติที่หลากหลาย ทั้งด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการจัดการโดย ความสำเร็จขึ้นอยู่กับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การจัดการที่ดี และการเชื่อมโยงกับภายนอกอย่างมียุทธศาสตร์ และการพัฒนาเครือข่ายร่วมกับโรงเรียน มหาวิทยาลัย และภาคธุรกิจ (CSR) มีผลต่อการสร้างการท่องเที่ยวชุมชนที่ยั่งยืน อีกทั้งยังความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ประกอบด้วย SDG 2 : Zero Hunger ส่งเสริมอาหารปลอดภัยและการเกษตรยั่งยืน , SDG 3 : Good Health and Well-being เชื่อมโยงกับสุขภาพของนักท่องเที่ยวและชุมชน , SDG 8 : Decent Work and Economic Growth สร้างรายได้และอาชีพในระดับฐานราก ,SDG 12 : Responsible Consumption and Production ส่งเสริมการผลิตและบริโภคอย่างยั่งยืน และ SDG 13 : Climate Action ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากสารเคมีทางการเกษตร

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ได้การพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของจังหวัดนครนายก ซึ่งได้มาจากการสำรวจ การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทั้งนี้ สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของจังหวัดนครนายก และขยายผลต่อไป



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากแผนภาพดังกล่าวพบว่า การบูรณาการการเกษตร การท่องเที่ยว และชุมชนเป็นการหลอมรวมการเกษตรปลอดภัยกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ภายใต้บริบทของการจัดการโดยชุมชน เกิดเป็นรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เพียงการบริโภคทรัพยากร แต่เป็นการเรียนรู้ ลงมือทำ และมีส่วนร่วมในระบบเกษตรอินทรีย์แนวทางนี้สร้าง คุณค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน และมีชุมชนเป็นศูนย์กลางของการจัดการการท่องเที่ยว (Community-Based

Management) โดยมีการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวไม่ได้ถูกผลักดันจากภายนอก แต่มีชุมชนเป็นแกนกลางในการออกแบบกิจกรรม บริหารจัดการ และแบ่งปันรายได้สร้างระบบการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทุกช่วงวัย รวมถึงการตั้งคณะกรรมการ การแบ่งหน้าที่ และการอบรมพัฒนาส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งในระดับชุมชน และมีรูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยเชิงประสบการณ์ (Experiential Learning in Safe Agro-tourism) นักท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงผู้ชม แต่เป็นผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น ปลูกผัก เกี่ยวข้าว ทำปุ๋ยหมัก ทำขนมการออกแบบกิจกรรมเน้นให้ได้ลงมือทำจริง (Hands-on Learning) และเรียนรู้วัฒนธรรมพื้นถิ่น สร้างความประทับใจและโอกาสการกลับมาเยือนซ้ำ อีกทั้งการเชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การทำบายศรี การเล่นดนตรีพื้นบ้าน การลงแขกเกี่ยวข้าว โดยใช้เรื่องเล่าในชุมชน (Local Storytelling) เพื่อสร้างความรู้สึกผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญา สืบทอดความรู้ และเสริมอัตลักษณ์ของพื้นที่ มีระบบการจัดการที่ยั่งยืน (Sustainable Community Tourism Management)มีโครงสร้างการบริหารแบบมีส่วนร่วม เช่น การตั้งคณะกรรมการ การจัดเวรงาน การแบ่งรายได้ และการจัดอบรมเน้นความโปร่งใส เช่น การบันทึกบัญชีสาธารณะ การจัดเวทีชี้แจงมีการประเมินผลต่อเนื่อง ได้รับการสนับสนุนจากภายนอกและการสร้างเครือข่ายมีการเชื่อมโยงกับภาครัฐ มหาวิทยาลัย โรงเรียน และบริษัทเอกชน (CSR) การประสานความร่วมมือในหลายภาคส่วนช่วยสร้างทุนทางสังคมและทุนเครือข่าย (Network Capital) ส่งผลให้เกิดการยกระดับคุณภาพกิจกรรมและเพิ่มโอกาสทางการตลาด ยังเป็นการตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ มีความสนใจเรื่องสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และการเรียนรู้แบบมีความหมายความต้องการเน้นที่ความสวยงามของทัศนียภาพ” และประสบการณ์ทางวัฒนธรรมข้อมูลเหล่านี้สามารถนำมาพัฒนาแผนการตลาด การจัดกิจกรรม และการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากผ่านวิสาหกิจชุมชน งานวิจัยเสนอให้ใช้กลุ่มเกษตรกร กลุ่มแปรรูปอาหาร และกลุ่มโฮมสเตย์เป็น เครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่น รายได้จากการท่องเที่ยวสามารถหมุนเวียนในระบบชุมชน และก่อให้เกิดการสร้างอาชีพและความมั่นคงในระยะยาว

สรุป

การพัฒนาการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยใช้ชุมชนเป็นฐานรากของจังหวัดนครนายก พบว่า บริบทการท่องเที่ยวเชิงเกษตรการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและภูมิปัญญาชุมชน เชื่อมโยงเกษตร วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืน ชุมชนมีบทบาทหลักในการจัดการและปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัย ประกอบด้วยความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เข้มแข็ง เครือข่ายความร่วมมือกับภายนอกและกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และรูปแบบการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยโดยใช้ชุมชนเป็นฐานราก: ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลักคือการมีส่วนร่วมและประสบการณ์จริง ชุมชนเป็นศูนย์กลางการจัดการ ความปลอดภัยต่อสุขภาพ การเชื่อมโยงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต การจัดการที่ยั่งยืนและการตลาดและเครือข่าย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยให้มีจุดเด่นเฉพาะตัวและควรจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมและหมุนเวียนตามฤดูกาลโดยออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ที่เน้นให้ผู้มาเยือนได้ลงมือทำ

1.2 ควรใช้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเกษตรปลอดภัยเป็นแนวทางกำหนดมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐเช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ การอนุรักษ์วัฒนธรรม และการสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวให้ปลอดภัยและยั่งยืน

1.3 ควรส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางอย่างเป็นระบบ ผ่านการสนับสนุนองค์ความรู้ การพัฒนาศักยภาพ การจัดตั้งกลไกบริหารในชุมชน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมมากขึ้น โดยรวมกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายกว่าเดิม เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือกลุ่มวัยเกษียณ เพื่อให้เห็นมุมมองที่กว้างและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพอื่น ๆ เพิ่มเติม

2.2 ศึกษาเชิงลึกด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ควรวิจัยเชิงลึกว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่งผลต่อ รายได้ของครัวเรือน คุณภาพชีวิตของชาวบ้าน หรือ ผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติอย่างไร เพื่อวางแผนการจัดการอย่างสมดุล

2.3. ควรเปรียบเทียบกับพื้นที่ต้นแบบอื่น การวิจัยครั้งต่อไปสามารถนำข้อมูลของบ้านนาไปเปรียบเทียบกับชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดอื่นที่ประสบความสำเร็จ เพื่อหาปัจจัยที่เป็นจุดแข็ง/จุดอ่อน และแนวทางที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในบริบทของบ้านนา

เอกสารอ้างอิง (ตัวอย่าง)

กรมการท่องเที่ยว. (2557). *คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร.* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2562, 16 ตุลาคม). *เกษตรปลอดภัย VS เกษตรอินทรีย์.* กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. https://www.moac.go.th/infographic-preview-412791791821.

กวินพัฒน์ เลิศพงษ์มณี. (2565). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิค, 8*(1), 19-33. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pacific/article/view/276196

ณัฐธิดา จุมปา และธีรวัชร แก้วเปี้ย. (2563). การขับเคลื่อนการจัดการการท่องเที่ยวบนฐานทุนชุมชนชาติพันธุ์ ของตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย. *วารสารสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 23*(1), 20-38.

https://ejournals.swu.ac.th/index.php/JOS/article/view/12898

ธรรมจักร เล็กบรรจง, วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง และจิระนาถ รุ่งช่วง. (2562). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ชุมชนนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง. *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, *22*(3), 81-110. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalarts/article/view/246281

ภัทราพร ทิพย์มงคล และสันติธร ภูริภักดี. (2565). เรื่องเล่าความสำเร็จการจัดการแหล่งเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อความยั่งยืนด้วยหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ไร่รื่นรมย์ เกษตรอินทรีย์ อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, *12*(2), 134–150. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/var/article/view/252266

ราณี อิสิชัยกุล. (2560). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง (Niche tourism management).* มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นิออน ศรีสมยง. (2552). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา อำเภอวังน้ำเขียว นครราชสีมา.* มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประมาณ เทพสงเคราะห์. (2553). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว: วิถีชีวิต-บนเส้นทางงานวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน.* ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยทักษิณ.

ประสาท เกศวพิทักษ์. (2558, 15 มีนาคม). *เกษตรปลอดภัย.* สมาคมค้าปุ๋ยและธุรกิจการเกษตรไทย. https://thaifert.com/knowledge_detail.php?id=13

วีระพล ทองมา และประเจต อำนาจ. (2547). *ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่.* มหาวิทยาลัยแม่โจ้. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/MJU.res.2004.3

หทัยชนก คะตะสมบูรณ์. (2565). การประยุกต์ใช้ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการตนเองของชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 9*(9), 296-313. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/263908.

Sathe, S., & Randhave, M. (2019). Agro-Tourism: A Sustainable Tourism Development in Maharashtra - A Case Study of Village Inn Agro-Tourism (Wardha). *GEInternational Journal of Management Research*, *7* (6), 45-58. http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/8434.

ผลกระทบของภาระผูกพันทางการเงินต่อการจ่ายเงินปันผล: หลักฐานเชิงประจักษ์จากตลาดเกิดใหม่ในประเทศไทย

THE IMPACT OF FINANCIAL LEVERAGE ON DIVIDEND PAYOUTS: EMPIRICAL EVIDENCE FROM AN EMERGING MARKET IN THAILAND

ประภาพร กิจดำรงธรรม
Prapaporn Kitdamrongtam
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
Faculty of Business Administration, Meajo University
Corresponding Author E-mail: puy4047@gmail.com
Received September 16, 2025; **Revised** December 16, 2025; **Accepted** December 19, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของภาระผูกพันทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในบริบทของตลาดเกิดใหม่ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 489 บริษัท ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 ถึง ปี พ.ศ. 2565 ซึ่งใช้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ และอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นตัวบ่งชี้ถึงภาระผูกพันทางการเงินของบริษัท สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลกระทบของภาระผูกพันทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผล คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในข้อมูลแบบ panel data ด้วยแบบจำลอง fixed effects

ผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ถึงภาระผูกพันทางการเงินของบริษัทส่งผลในเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ซึ่งสะท้อนว่าบริษัทที่มีภาระผูกพันทางการเงินสูงย่อมจัดสรรกระแสเงินสดเพื่อรองรับการชำระหนี้มากกว่าการนำไปจ่ายเงินปันผล สำหรับอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่พบผลกระทบที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งอาจอธิบายได้ว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นมาตรวัดเชิงโครงสร้างเงินทุนที่ไม่สะท้อนภาระผูกพันทางการเงินที่แท้จริงเท่าที่ควร ส่วนตัวแปรควบคุม พบว่าความสามารถในการทำกำไร และการเติบโตของบริษัทส่งผลกระทบในเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ซึ่งบ่งชี้ว่าบริษัทที่มีกำไรและการเติบโตสูงมีแนวโน้มที่จะเก็บกำไรไว้เพื่อนำไปขยายการลงทุนแทนการนำไปจ่ายเงินปันผล โดยองค์กรธุรกิจ และนักลงทุนสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการตัดสินใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องได้
คำสำคัญ: ภาระผูกพันทางการเงิน, การจ่ายเงินปันผล, ตลาดเกิดใหม่

Abstract

This research aimed to examine the impact of financial leverage on the dividend payouts of companies listed on the Stock Exchange of Thailand, representing an emerging market context. The study adopted a quantitative research design, focusing on a sample of 489 firms listed between 2018 and 2022. The debt-to-asset ratio (DAR) and debt-to-equity ratio (DER) were utilized as indicators of each firm's financial leverage. To

analyze the effect of financial leverage on dividend payouts, multiple regression analysis based on panel data was conducted using a fixed-effects model.

The empirical findings indicated that the debt-to-asset ratio, which served as a proxy for the firm's financial leverage, had a statistically significant negative effect on dividend payments at the 0.10 significance level. This suggested that firms with higher levels of debt relative to their total assets had a tendency to allocate a greater proportion of their cash flow toward servicing debt and meeting repayment commitments rather than distributing dividends to shareholders. Conversely, the debt-to-equity ratio showed no statistically significant effect on dividend payouts, implying that this structural measure of capital composition may not fully capture the firm's actual financial burden or liquidity pressure. Regarding the control variables, both profitability and firm growth exhibited statistically significant negative effects on dividend payments at the 0.01 and 0.05 significance levels, respectively. This finding suggested that firms with strong profitability and higher growth potential were more likely to retain earnings to finance future investment and expansion rather than distribute them as dividends. The insights gained from this study can serve as a useful reference for corporate executives and investors in making relevant decisions.

Keywords: Financial leverage, Dividend payouts, Emerging market

บทนำ

ตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets) หมายถึง ประเทศที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจและระบบการเงินอย่างต่อเนื่องแต่ยังไม่อยู่ในระดับประเทศพัฒนาแล้ว การลงทุนในตลาดดังกล่าวมีศักยภาพการเติบโตสูงควบคู่กับความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนด้านเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ นโยบายการเงินและโครงสร้างสถาบัน (Bekaert & Harvey, 2003) ส่งผลให้ตลาดการเงินในประเทศเกิดใหม่เผชิญความผันผวนจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ โดยประเทศไทยถูกจัดอยู่ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (MSCI, 2024) โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการระดมทุนและสะท้อนภาวะภาคธุรกิจ ซึ่งในบริบทของตลาดเกิดใหม่ดังเช่นประเทศไทย การตัดสินใจจ่ายเงินปันผลของบริษัทถือเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัท ซึ่งบริษัทส่วนใหญ่ในตลาดเกิดใหม่มักเผชิญข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งทุนภายนอก นโยบายปันผลจึงถูกใช้เป็นเครื่องมือส่งสัญญาณทางการเงินเพื่อสื่อสารข้อมูลไปยังนักลงทุนและช่วยในการประเมินมูลค่าบริษัท (Omokehinde, 2017)

อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจจ่ายเงินปันผลย่อมสัมพันธ์กับระดับของภาระผูกพันทางการเงินของบริษัท ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นภาระที่ลดความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการเงินสดของกิจการ ทฤษฎีทางการเงิน เช่น Trade-Off Theory และ Pecking Order Theory อธิบายว่า บริษัทที่มีภาระหนี้สินสูงมักจะลดระดับการจ่ายเงินปันผลลง เพื่อรักษาสภาพคล่องและลดความเสี่ยงจากความล้มเหลวทางการเงิน (Myers & Majluf, 1984) ซึ่งได้มีงานของวิจัยหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่า ภาระผูกพันทางการเงินมีผลกระทบในเชิงลบต่อการจ่ายปันผลอย่างมีนัยสำคัญ (Demerjian, 2017; Krieger et al., 2021; Ali et al., 2022) และในทางกลับกันได้มีงานวิจัยบางส่วนที่ชี้ว่าภาระผูกพันทางการเงินส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อการจ่ายปันผลในตลาดเกิดใหม่ (de Souza Junior et al., 2024) สำหรับผลของการศึกษาในประเทศไทยก็ได้พบผลการศึกษาที่ขัดแย้งกันโดย เบญจพร โมกขะเวส (2565) ได้พบว่าภาระผูกพันทางการเงินส่งผลทางบวกต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล ในขณะที่ นภทีป พัทธนุกิจ และ

อภิชาติ พงศสุพัฒน (2566) โชษิตา เปสตันยี และธนาภิญญ์ อัตตฤทธิ์ (2566) รวมถึง สาริยา นวลถวิล และกุสุมา ดำพิทักษ์ (2563) ได้พบว่าภาระผูกพันทางการเงินของบริษัทมีอิทธิพลในเชิงลบต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวเป็นช่องว่างการวิจัยที่น่าศึกษา

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยเริ่มเผชิญการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งนำไปสู่ภาวะช็อกทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2563 ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยหดตัวอย่างรุนแรง โดย GDP ลดลงกว่า 6.1% จากผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว การบริโภค และการส่งออก (Bank of Thailand, 2021) บริษัทจำนวนมากเผชิญปัญหาสภาพคล่องตึงตัว ภาระหนี้เพิ่มขึ้น และความไม่แน่นอนของรายได้ ทำให้ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบระหว่างการจ่ายเงินปันผลกับการรักษาสภาพคล่อง ต่อมาในปี พ.ศ. 2565 เมื่อสถานการณ์คลี่คลายและมีการเปิดประเทศ เศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัว โดย GDP ขยายตัว 2.6% และความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้น (Bank of Thailand, 2022) ดังนั้น ช่วงปี พ.ศ. 2561–2565 จึงสะท้อนพฤติกรรมของบริษัททั้งในภาวะปกติ วิกฤต และช่วงเริ่มฟื้นตัวได้อย่างชัดเจน

จากเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาผลกระทบของภาระผูกพันทางการเงินกับการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในบริบทตลาดเกิดใหม่ตามช่วงเวลาที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งผลของการวิจัยที่ได้รับบริษัทสามารถนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องของบริษัท รวมถึงนักลงทุนสามารถนำไปพิจารณาเลือกหลักทรัพย์ที่จะถือครองเพื่อสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนในหลักทรัพย์ต่อไปได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของภาระผูกพันทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในบริบทของตลาดเกิดใหม่
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของความสามารถในการทำกำไร ขนาด และอัตราการเติบโตของบริษัทที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในบริบทของตลาดเกิดใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

ที่ผ่านมาได้มีการศึกษาเกี่ยวกับภาระผูกพันทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลอย่างกว้างขวาง โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ Trade-Off Theory ซึ่งเสนอว่าบริษัทที่มีภาระผูกพันทางการเงินสูงจำเป็นต้องรักษากระแสเงินสดไว้เพื่อชำระดอกเบี้ยและเงินต้น จึงมีแนวโน้มลดการจ่ายเงินปันผลเพื่อลดความเสี่ยงทางการเงิน (Myers & Majluf, 1984) หลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัยของ Ali et al. (2022) ซึ่งศึกษานโยบายการจ่ายเงินปันผลในตลาดหลักทรัพย์ปากีสถานช่วงปี 2558–2563 พบว่า บริษัทมีแนวโน้มงดหรือลดการจ่ายปันผลในปี 2563 ซึ่งเป็นช่วงการระบาดของโควิด-19 เมื่อเทียบกับแนวโน้มในช่วงปี 2558-2562 และยังพบว่าบริษัทที่มีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะงดจ่ายเงินปันผล นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับ Pecking Order Theory ที่ระบุว่าบริษัทจะรักษาเงินทุนภายในไว้ก่อนเพื่อหลีกเลี่ยงการก่อหนี้เพิ่ม โดยเฉพาะในภาวะวิกฤต ส่งผลให้บริษัทที่มีภาระทางการเงินสูงเลือกที่จะลดการจ่ายเงินปันผลเพื่อรักษาสภาพคล่อง (Myers & Majluf, 1984; Fama & French, 2001) แนวโน้มเดียวกันนี้ยังปรากฏในงานวิจัยของ Demerjian (2017) ที่พบว่าในภาวะไม่แน่นอน ข้อตกลงในสัญญาหนี้มักถูกใช้เพื่อจำกัดการจ่ายเงินปันผล ทำให้บริษัทที่มีข้อกำหนดสัญญาหนี้เข้มงวดต้องปรับลดหรือชะลอการจ่ายปันผล ทั้งนี้ Krieger et al. (2021) ยังพบว่าภาระผูกพันทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้บริษัทในตลาดหลักทรัพย์สหรัฐอเมริกาปรับลดเงินปันผลในช่วงการระบาดของโควิด-19 ซึ่งสอดคล้องกับ Signaling Theory ที่อธิบายว่า

บริษัทอาจหลีกเลี่ยงการจ่ายเงินปันผลในระดับสูงเพราะอาจส่งสัญญาณไม่สอดคล้องกับฐานะการเงินที่แท้จริงภายใต้ภาวะเสี่ยง (Bhattacharya, 1979) อย่างไรก็ตาม งานของ de Souza Junior et al. (2024) ที่ศึกษาตลาดเกิดใหม่กลับพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างภาระผูกพันทางการเงินกับการจ่ายเงินปันผล ซึ่งสะท้อนความแตกต่างบริบททางเศรษฐกิจและโครงสร้างตลาดทุนของตลาดเกิดใหม่ที่ทำให้บริษัทอาจใช้การจ่ายเงินปันผลเป็นกลยุทธ์ส่งสัญญาณความแข็งแกร่งทางการเงินต่อผู้ลงทุนแม้มีภาระหนี้อยู่ก็ตาม

สำหรับงานวิจัยในประเทศไทย เบญจพร โมกขะเวส (2565) ได้พบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลทางบวกต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ส่งผลทางลบต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล นอกจากนี้ นภทีป พัทธนุกิจ และอภิชาติ พงศสุพัฒน (2566) พบว่าปริมาณหนี้สินซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ถึงภาระผูกพันทางการเงินมีอิทธิพลในเชิงลบต่ออัตราการจ ายเงินปนผล รวมถึง โชษิตา เปสตันยี และธนาภิญญ์ อัตตฤทธิ์ (2566) ได้พบว่า อัตราการก่อหนี้ที่แสดงถึงภาระผูกพันทางการเงินของบริษัทเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อนโยบายการจ่ายเงินปันผล โดยกิจการที่มีอัตราการก่อหนี้ต่ำจะส่งผลให้มีการกำหนดนโยบายเงินปันผลที่จ่ายเงินปันผลในอัตราที่สูง ในขณะที่ สาริยา นวลถวิล และกุสุมา ดำพิทักษ์ (2563) พบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ซึ่งแสดงถึงภาระผูกพันทางการเงินของบริษัทมีอิทธิพลในทิศทางตรงกันข้ามต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล

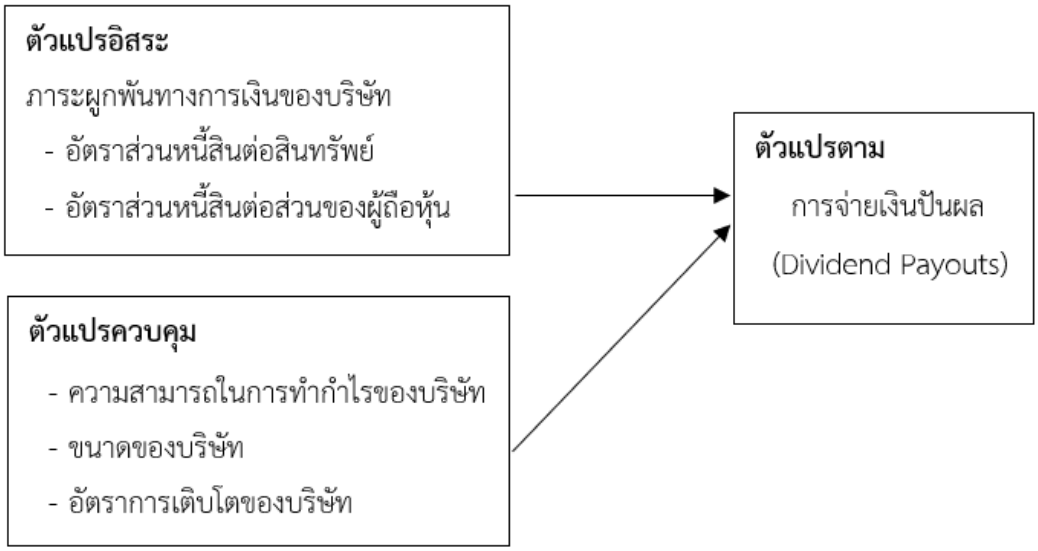
ตารางที่ 1 แสดงสรุปการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย (ปี)	บริบท/ประเทศ	ผลต่อการจ่ายปันผล	สาระสำคัญของผลการศึกษา
Ali et al. (2022)	ปากีสถาน (ช่วงโควิด)	เชิงลบ	บริษัทมีแนวโน้มลดหรืองดปันผลในช่วงวิกฤต โดยเฉพาะบริษัทที่มีหนี้สูง
Demerjian (2017)	สหรัฐอเมริกา	เชิงลบ	ข้อกำหนดสัญญาหนี้เข้มงวดทำให้บริษัทถูกจำกัดการจ่ายปันผลในภาวะไม่แน่นอน
Krieger et al. (2021)	สหรัฐอเมริกา (ช่วงโควิด)	เชิงลบ	ภาระผูกพันทางการเงินสูงเป็นเหตุให้บริษัทลดปันผลช่วงโควิดเพื่อจัดการความเสี่ยงและหลีกเลี่ยงสัญญาณลบต่อผู้ลงทุน
de Souza Junior et al. (2024)	ตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets)	เชิงบวก	บริษัทบางแห่งใช้การจ่ายปันผลเป็นสัญญาณความแข็งแกร่งทางการเงิน แม้มีภาระหนี้สูง
เบญจพร โมกขะเวส (2565)	ไทย	DER - เชิงบวก DAR - เชิงลบ	ภาระผูกพันทางการเงินมีผลต่อปันผลสองทิศทาง ขึ้นอยู่กับตัวชี้วัดหนี้
นภทีป & อภิชาติ (2566)	ไทย	เชิงลบ	ปริมาณหนี้รวมส่งผลลบต่อการจ่ายปันผลในกลุ่มบริษัทที่เน้นจ่ายปันผลสูง
โชษิตา & ธนาภิญญ์ (2566)	ไทย	เชิงลบ	บริษัทที่มีอัตราหนี้สูงมีแนวโน้มจ่ายปันผลต่ำเพราะต้องการรักษาสภาพคล่อง
สาริยา & กุสุมา (2563)	ไทย	เชิงลบ	หนี้สินต่อสินทรัพย์สูงส่งผลให้บริษัทลดอัตราการจ่ายเงินปันผล

ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวยังพบความขัดแย้งของผลกระทบที่ภาระผูกพันทางการเงินส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผล อีกทั้งการศึกษาในประเทศไทยที่อยู่ในบริบทของตลาดเกิดใหม่ยังไม่ได้มีการศึกษาในช่วงของระยะเวลาที่ครอบคลุมระยะเวลาก่อนเกิด จนถึงระยะที่เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวหลังสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายในลักษณะข้อมูลที่เป็น panel data ที่ครอบคลุมทุกอุตสาหกรรม ทำให้เกิดช่องว่างการวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้มีภาระผูกพันทางการเงินของบริษัท ประกอบด้วย อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (DAR) และอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DER) เป็นตัวแปรอิสระ และมีการจ่ายเงินปันผล (DIP) เป็นตัวแปรตาม ส่วนตัวแปรควบคุมจะประกอบด้วย ความสามารถในการทำกำไรของบริษัท (ROA) ขนาดของบริษัท (SIZ) และอัตราการเติบโตของบริษัท (GRT) ซึ่งเขียนเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ในทุกอุตสาหกรรม โดยกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ได้แก่ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ในทุกอุตสาหกรรม ที่มีการจ่ายเงินปันผลในระหว่างปี 2561 – 2565 โดยข้อมูลต้องมีความครบถ้วน และอยู่ในลักษณะที่สามารถนำมาใช้คำนวณในงานวิจัยได้ โดยการศึกษานี้จะไม่รวมบริษัทในกลุ่มทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากมีโครงสร้างทางการเงินที่แตกต่างบริษัทในอุตสาหกรรมอื่น ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 489 บริษัท ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 ถึง ปี พ.ศ. 2565 จำนวนทั้งสิ้น 5 ปี รวมข้อมูลทั้งสิ้น 2,445 บริษัท-ปี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากบริษัทกลุ่มตัวอย่าง โดยมีตัวแปรที่จะใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1) การจ่ายเงินปันผล (Dividend Payouts) เป็นตัวแปรตามของงานวิจัย แสดงถึงนโยบายการจ่ายเงินปันผลของธุรกิจ ซึ่งอัตราการจ่ายเงินปันผล คำนวณได้จาก

$$\text{อัตราการจ่ายเงินปันผล} = \frac{\text{เงินปันผลต่อหุ้น}}{\text{กำไรสุทธิต่อหุ้น}}$$

2) ภาระผูกพันทางการเงินของบริษัท (Financial Leverage) มักจะถูกใช้เป็นตัวบ่งชี้ถึงความสามารถในชำระหนี้ของบริษัท ซึ่งในงานวิจัยนี้จะคำนวณจาก อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ และอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น ดังนี้

$$\text{อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์} = \frac{\text{หนี้สินรวม}}{\text{สินทรัพย์รวม}}$$

$$\text{อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น} = \frac{\text{หนี้สินรวม}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}}$$

3) ความสามารถในการทำกำไรของบริษัท จะใช้ในการประเมินความสามารถในการแสวงหากำไร ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพการจัดการของบริษัท ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงนำความสามารถในการทำกำไรเป็นตัวแปรควบคุม โดยวัดจากอัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Total Asset) หรือ ROA ซึ่งคำนวณได้จาก กำไรสุทธิหารด้วยสินทรัพย์รวม (Vo & Nguyen, 2014)

4) ขนาดของบริษัท (Firm size) เป็นตัวแปรควบคุมในงานวิจัยนี้ โดยทั่วไปขนาดของบริษัทจะสะท้อนถึงความแข็งแกร่งทางการเงินของบริษัท ซึ่งสัมพันธ์กับความมั่นคงทางการเงิน ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการบริหารจัดการกระแสเงินสด ซึ่งขนาดของบริษัทวัดจากจำนวนสินทรัพย์รวมของกิจการ (Gul et al., 2020) โดยในงานวิจัยนี้ได้ใส่ลอการิทึมฐานร้อย เพื่อปรับความแตกต่างของขนาดกิจการ

5) อัตราการเติบโตของบริษัท (Growth Rate) จะสะท้อนถึงศักยภาพการขยายตัวของบริษัท รวมถึงโอกาสทางธุรกิจและความต้องการใช้เงินทุนเพื่อการลงทุนในอนาคต เพื่อสะท้อนการลงทุนใหม่และการขยายตัวเชิงโครงสร้างของบริษัท ซึ่งคำนวนจาก (Habib et al., 2016)

$$\text{อัตราการเติบโตของบริษัท} = \frac{\text{สินทรัพย์รวม}_{\text{ปีที่ t}} - \text{สินทรัพย์รวม}_{\text{ปีที่ t -1}}}{\text{สินทรัพย์รวม}_{\text{ปีที่ t -1}}}$$

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสาร ตำรา รวมถึงบทความต่าง ๆ สำหรับในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับการเงิน จะเก็บรวบรวมจากฐานข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และรายงานทางการเงินประจำปี (แบบ 56-1) ของแต่ละบริษัท โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 489 บริษัท ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 ถึง ปี พ.ศ. 2565 จำนวนทั้งสิ้น 5 ปี

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statics) โดยแสดงด้วยค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ลักษณะของตัวแปร ส่วนการทดสอบผลกระทบของภาระผูกพันทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลจะใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งมีแบบจำลองที่จะใช้ในการศึกษาดังสมการต่อไปนี้

$$DIP = \alpha + \beta_1 DAR + \beta_2 DER + \beta_3 ROA + \beta_4 SIZ + \beta_5 GRT + \varepsilon$$

โดยที่ DIP คือ อัตราการจ่ายเงินปันผล
DAR คือ อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์
DER คือ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น
ROA คือ อัตราส่วนอัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์
SIZ คือ ลอการิทึมฐานร้อยของสินทรัพย์รวมของบริษัท
GRT คือ อัตราการเติบโตของบริษัท

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลแบบ panel data ซึ่งประกอบด้วยหลายหน่วยสำรวจ (cross section) และข้อมูลตามช่วงเวลา (time series) การใช้วิธี Pooled Ordinary Least Square (POLS) ซึ่งไม่คำนึงถึงความแตกต่างเฉพาะตัวของแต่ละหน่วยหรือผลกระทบที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามเวลา อาจทำให้ค่าประมาณมีลักษณะเอนเอียงและไม่สอดคล้อง ดังนั้น งานวิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความเหมาะสมของแบบจำลองระหว่าง Pooled Ordinary Least Square (POLS) fixed effect regression model (FEM) และ random effect regression model (REM) โดยหากปัจจัยเฉพาะตัวที่ไม่ผันแปรตามเวลามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ ควรใช้ FEM แต่หากไม่สัมพันธ์ ควรใช้ REM (มนตรี พิริยะกุล, 2560) โดยจะใช้การทดสอบ Hausman test (Hausman, 1978) เพื่อเลือกแบบจำลองที่เหมาะสมที่สุด

ผลการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ก่อนทำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ได้มีการจัดการข้อมูลเบื้องต้นด้วยการนำข้อมูลไปตรวจสอบลักษณะการกระจายของข้อมูลในส่วนของค่าความเบ้ของข้อมูล (Skewness) และ ค่าความโด่งของข้อมูล (kurtosis) ซึ่งข้อมูลที่มีการกระจายตัวที่ผิดปกติ (Outliers) ได้ถูกตัดออกไปเพื่อให้ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) นั่นคือข้อมูลในทุกตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์ความเบ้ของข้อมูลไม่เกิน ±3 และค่าสัมประสิทธิ์ความโด่งของข้อมูลไม่เกิน ±10 (Kline, 2016) โดยเมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้ผลดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าความเบ้ (Skewness)	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
DIP	0.0000	4.4818	0.5414	0.6315	2.1551	9.2201
DAR	0.0001	1.6460	0.4557	0.2268	0.1772	2.9041
DER	-1.2383	7.9186	1.2319	1.2820	2.3132	9.6805
ROA	-0.2909	0.4179	0.0451	0.0630	0.6182	6.5567
SIZ	2.9155	6.3228	4.9565	0.3759	0.5421	4.8391
GRT	-1.000	1.3681	0.0588	0.2520	0.1116	9.7504

จากตารางที่ 2 พบว่า อัตราการจ่ายเงินปันผลมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.5414 และ 0.6315 เท่า ตามลำดับ สำหรับของอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.4557 และ 0.2268 เท่า ตามลำดับ ส่วนอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.2319 และ 1.2820 เท่า ตามลำดับ ในส่วนของความสามารถในการทำกำไรของบริษัทมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.0451 และ 0.0630 ตามลำดับ ส่วนขนาดของบริษัทมีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.9565 และ 0.3759 ตามลำดับ และอัตราการเติบโตของบริษัท มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.0588 และ 0.2520 เท่า ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	DIP	DAR	DER	ROA	SIZ	GRT	VIF
DIP	1.0000						
DAR	-0.1311	1.0000					2.7657
DER	-0.1214	0.7946	1.0000				2.9676
ROA	0.0444	-0.2629	-0.2409	1.0000			1.1065
SIZ	-0.0947	0.4142	0.4832	-0.0659	1.0000		1.3161
GRT	-0.0764	0.0923	0.1131	0.1158	0.0912	1.0000	1.0373

ตารางที่ 3 พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการจ่ายเงินปันผล และความสามารถในการทำกำไรของบริษัท มีค่าต่ำที่สุดเท่ากับ 0.044 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์กับอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีค่าสูงที่สุดเท่ากับ 0.7949 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน ซึ่งเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระตามหลักเกณฑ์ของ Hinkle (1998) ที่กล่าวว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าตั้งแต่ +0.90 ถึง +1.00 หรือ ตั้งแต่ -0.90 ถึง -1.00 จะแสดงว่ามีปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงจนเป็นตัวเดียวกัน รวมถึงเมื่อพิจารณาจากค่า variance inflation factor (VIF) ที่ค่าไม่ควรเกินกว่า 10 ซึ่งหากเกินกว่านี้แสดงถึงปัญหา Multicollinearity ที่รุนแรง (Hair et al., 2010) ดังนั้นผลการวิเคราะห์พบว่าไม่เกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงจนเป็นตัวเดียวกัน

สำหรับการวิเคราะห์ผลกระทบของภาระผูกพันทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผล ได้ทำการพิจารณาเลือกรูปแบบของแบบจำลองการถดถอยที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล Panel data แบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบคือ Pooled regression model, fixed effect model และ random effect model ซึ่งผลการทดสอบ พบว่าการประมาณแบบจำลองในรูปแบบ fixed effect model และ random effect model เหมาะสมกว่า Pooled regression model จึงได้ทำการทดสอบเพื่อเลือกวิธีการประมาณค่าที่เหมาะสมระหว่างแบบจำลองปัจจัยคงที่ (fixed effect model) และแบบจำลองเชิงสุ่ม (random effect model) ด้วยวิธี Hausman test โดยมีการตั้งสมมติฐานในการทดสอบ คือ

H0: การประมาณแบบจำลองในรูปแบบ Random effects เหมาะสมที่สุด

H1: การประมาณแบบจำลองในรูปแบบ Fixed effects เหมาะสมที่สุด

ตารางที่ 4 แสดงการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองด้วยวิธี Hausman test

Correlated Random Effect– Hausman test (Hausman, 1978)				
Test Summary	**Chi-Sq. statistic**	**Chi-Sq. d.f.**	**Sig**	**รูปแบบจำลองที่เหมาะสม**
Cross-section random	69.1768	5	0.0000	Fixed effects

ตารางที่ 4 พบว่าแบบจำลองผลกระทบของภาระผูกพันทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัท ค่า Sig เท่ากับ 0.0000 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ดังนั้นจึงทำการปฏิเสธสมมติฐานหลัก แสดงว่าแบบจำลองในรูปแบบ Fixed effects มีความเหมาะสมที่สุดในการใช้ประมาณค่าแบบจำลอง

ดังนั้นทำการวิเคราะห์ผลกระทบของภาระผูกพันทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัท ตามแบบจำลอง Fixed effects โดยใช้วิธีการ Cross-section fixed effects ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ

ตัวแปร	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Sig
Constant	0.9130	0.9010	1.0133	0.3111
DAR	-0.3319	0.1748	-1.8991	0.0577
DER	-0.0136	0.0335	-0.4062	0.6846
ROA	-1.9823	0.3236	-6.1255	0.0000
SIZ	-0.0146	0.1818	-0.0802	0.9361
GRT	-0.1633	0.0752	-2.1702	0.0301
Adj. R^2	0.1527			
Durbin-Watson	2.391			

ตารางที่ 5 พบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ซึ่งเป็นตัวแปรที่แสดงถึงภาระผูกพันทางการเงินได้ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยภาระผูกพันทางการเงินมีผลกระทบในเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัท ส่วนอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับความสามารถในการทำกำไร ขนาดของบริษัท และการเติบโตของบริษัท ซึ่งเป็นปัจจัยควบคุม พบว่า ความสามารถในการทำกำไร และการเติบโตของบริษัทส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ โดยความสามารถในการทำกำไร และอัตราการเติบโตของบริษัทส่งผลกระทบในเชิงลบต่ออัตราการจ่ายเงินปันผล ส่วนขนาดของบริษัทนั้นจะไม่ส่งผลกระทบต่อการจ่ายเงินปันผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับค่า adjusted R^2 มีค่าเท่ากับ 0.1527 แสดงว่าการจ่ายเงินปันผลของบริษัทสามารถอธิบายได้ด้วยชุดตัวแปรทั้งหมดในแบบจำลองที่ร้อยละ 15.27 ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้เจาะจงที่จะศึกษาเฉพาะภาระผูกพันทางการเงินที่ส่งผลต่อเงินปันผล โดยมีตัวแปรควบคุม ได้แก่ ความสามารถในการทำกำไร ขนาดของบริษัท และอัตราการเติบโตของบริษัท ซึ่งอาจจะมีปัจจัยหรือตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณาในงานวิจัยนี้ และในส่วนของค่า Durbin-Watson ที่ใช้ในการทดสอบปัญหาสหสัมพันธ์ของค่าคลาดเคลื่อน (autocorrelation) มีค่าเท่ากับ 2.391 มีค่าอยู่ระหว่าง 1.50 – 2.50 แสดงว่าแบบจำลองไม่มีปัญหาสหสัมพันธ์ของค่าคลาดเคลื่อน (Gujarati & Porter, 2009)

อภิปรายผล

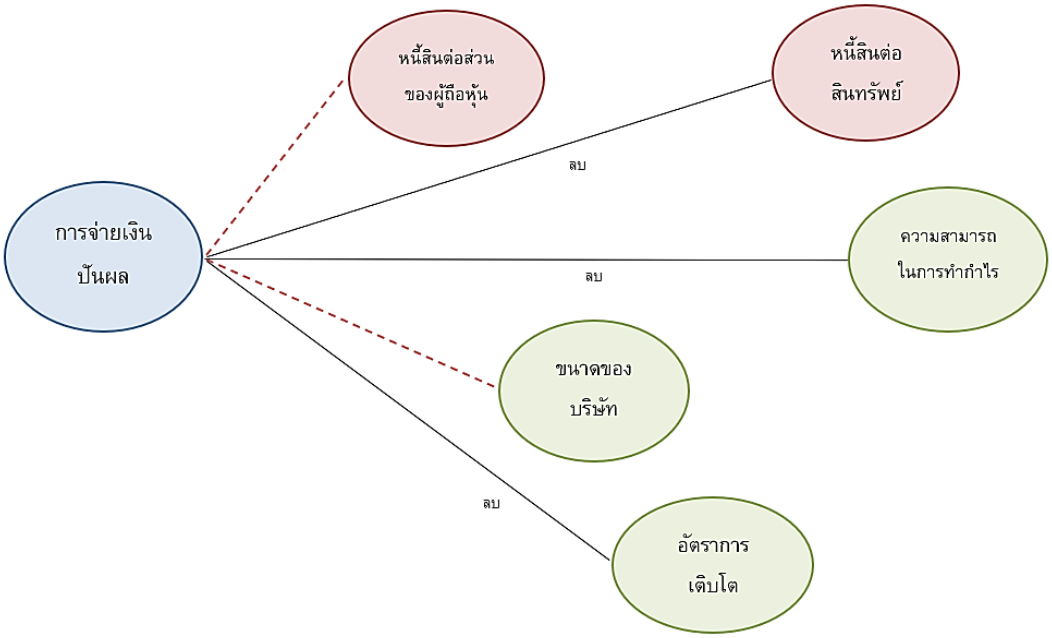
จากการศึกษาผลกระทบของภาระผูกพันทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผล พบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ซึ่งเป็นตัวแปรที่แสดงถึงภาระผูกพันทางการเงินได้ส่งผลในเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัท ซึ่งสะท้อนว่าบริษัทที่มีภาระหนี้สูงเมื่อเทียบกับสินทรัพย์รวมย่อมต้องจัดสรรกระแสเงินสดเพื่อรองรับภาระผูกพันทางการเงินมากขึ้น จึงมีแนวโน้มลดการจ่ายปันผล ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดลำดับขั้นการจัดหาเงินทุน (Pecking Order Theory) ที่ชี้ว่าบริษัทที่มีภาระหนี้สูงจะให้ความสำคัญกับการชำระหนี้ก่อนการจ่ายปันผล (Myers & Majluf, 1984) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Krieger et al. (2021) และ Ali et al. (2022) ที่พบว่าในช่วงเวลาที่วิกฤตโควิด-19 ที่ผ่านมา บริษัทที่มีภาระผูกพันทางการเงินสูงจะส่งผลต่อการปรับลดหรือชะลอการจ่ายเงินปันผล นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับ Jabbouri (2016) ที่ศึกษาตลาดเกิดใหม่ในตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ ที่พบว่าภาระผูกพันทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการจ่ายเงินปันผล และงานวิจัยของ

Akpadaka et al. (2024) ที่ใช้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์เป็นตัวชี้วัดของภาระผูกพันทางการเงิน และพบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างภาระผูกพันทางการเงินและอัตราการจ่ายเงินปันผลในตลาดเกิดใหม่ สำหรับอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่พบผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อการจ่ายเงินปันผล อาจตีความได้ว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์เป็นมาตรวัดภาระหนี้ที่ต้องชำระเมื่อเทียบกับทรัพยากรทั้งหมดที่กิจการถืออยู่ ซึ่งเจ้าหนี้มักจะดูจากสินทรัพย์ค้ำประกันเป็นหลักในการปล่อยกู้ จึงสะท้อนถึงสภาพคล่องของบริษัทได้ดีกว่า ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นมาตรวัดเชิงโครงสร้างเงินทุน ซึ่งอาจขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงของทุน เช่น การเพิ่มทุน, การเปลี่ยนมูลค่าตลาดของส่วนของผู้ถือหุ้น ดังนั้นอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นอาจไม่สะท้อนถึงภาระการจ่ายหนี้จริง ซึ่งสอดคล้อง Fama and French (2001) ที่ได้ระบุว่า การใช้ตัวชี้วัดของภาระทางการเงินที่ต่างกันอาจให้ผลที่เกิดขึ้นต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jabbouri (2016) และ Akpadaka et al. (2024) ที่ใช้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์เป็นตัวชี้วัดของภาระผูกพันทางการเงิน ซึ่งสะท้อนว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์สะท้อนถึงภาระผูกพันทางการเงินที่ชัดเจนกว่าในบริบทของตลาดเกิดใหม่

สำหรับตัวแปรควบคุมพบว่าความสามารถในการทำกำไรและอัตราการเติบโตของบริษัทส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผล โดยที่ความสามารถในการทำกำไรมีผลเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งตรงข้ามกับแนวคิด signaling theory ที่มักคาดว่าบริษัทที่มีกำไรสูงจะจ่ายปันผลมากขึ้นเพื่อส่งสัญญาณความแข็งแกร่งแก่ผู้ลงทุน อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Fama and French (2001) ที่ระบุว่าบริษัทที่มีการจ่ายเงินปันผลมักจะทำให้บริษัทมีกำไรที่ต่ำและมีการลงทุนที่น้อย ส่วนบริษัทที่ไม่จ่ายเงินปันผลจะมีกำไรที่สูงกว่าบริษัทที่จ่ายเงินปันผลและมีโอกาสในการเติบโตที่สูง และยังสอดคล้องกับงานของ Rafique (2012) ที่กล่าวว่าบริษัทในปากีสถานซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่เมื่อมีแนวโน้มกำไรและอัตราการเติบโตของบริษัทที่ลดลง บริษัทควรจ่ายเงินปันผล เพื่อดึงดูดนักลงทุนเพิ่มและแสดงผลประกอบการที่ดีขึ้นในตลาดเพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโต นอกจากนี้ถ้ามองในบริบทในช่วงเวลาการศึกษาที่อยู่ในภาวการณ์ไม่ปกติที่เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 บริษัทที่มีกำไรสูงก็อาจมีการชะลอจ่ายเงินปันผลเพื่อสำรองเป็นเงินไว้ใช้หมุนเวียนในกิจการ (Ali et al., 2022) รวมถึงถ้าพิจารณาในมุมของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งเป็นตลาดเกิดใหม่ บริษัทในตลาดเกิดใหม่มักเผชิญข้อจำกัดการระดมทุนภายนอกจึงตอบสนองต่อโอกาสลงทุนด้วยการอาศัยแหล่งภายในมากกว่าเมื่อเทียบกับบริษัทในประเทศพัฒนาแล้ว ดังนั้นบริษัทอาจมีการลดการจ่ายเงินปันผลเพื่อนำมาเป็นกำไรสะสมไว้ เนื่องจากการมีกำไรสะสมอย่างเพียงพอสำคัญต่อการขยายการลงทุนของบริษัทในตลาดเกิดใหม่ (Caglayan et al., 2024) ในส่วนของการเติบโตของบริษัทพบว่ามีผลกระทบในเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งสอดคล้องกับ Residual Dividend Theory ที่อธิบายว่าบริษัทที่มีโอกาสเติบโตสูงมักจะเก็บกำไรสะสมไว้เพื่อใช้เป็นแหล่งเงินทุนภายในสำหรับการลงทุนโครงการใหม่ มากกว่าที่จะจัดสรรเป็นเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้น (Myers & Majluf, 1984) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Denis and Osobov (2008) ที่ระบุว่าบริษัทที่มีโอกาสเติบโตสูงมีแนวโน้มจ่ายเงินปันผลต่ำลง เนื่องจากต้องจัดสรรเงินทุนเพื่อขยายการลงทุน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากศึกษาผลกระทบของภาระผูกพันทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถสรุปองค์ความรู้ใหม่ได้ ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากแผนภาพที่ 2 พบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ซึ่งสะท้อนภาระผูกพันทางการเงินของบริษัทส่งผลในเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผล ขณะที่อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นไม่พบผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการจ่ายเงินปันผล ผลดังกล่าวสะท้อนว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์เป็นมาตรวัดภาระหนี้ที่ต้องชำระเมื่อเทียบกับทรัพยากรทั้งหมดของกิจการ ซึ่งเจ้าหนี้มักใช้สินทรัพย์เป็นหลักประกันในการพิจารณาปล่อยกู้ ทำให้ตัวแปรนี้สะท้อนข้อจำกัดด้านสภาพคล่องของบริษัทได้ชัดเจนกว่า ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นตัวชี้วัดเชิงโครงสร้างเงินทุน ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงทุน เช่น การเพิ่มทุนหรือความผันผวนของมูลค่าส่วนของผู้ถือหุ้น ส่งผลให้ไม่สะท้อนภาระการชำระหนี้ที่แท้จริงอย่างชัดเจน ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยในบริบทของตลาดเกิดใหม่ที่ใช้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์เป็นตัวแทนของภาระผูกพันทางการเงินที่มีผลต่อการจ่ายเงินปันผล (Jabbouri, 2016; Akpadaka et al., 2024) สำหรับตัวแปรควบคุม พบว่าความสามารถในการทำกำไรและอัตราการเติบโตของบริษัทส่งผลกระทบเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผล ซึ่งสะท้อนบริบทของบริษัทในตลาดเกิดใหม่ที่มักเผชิญข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งทุนภายนอก ทำให้บริษัทที่มีโอกาสเติบโตสูงเลือกสะสมกำไรไว้เพื่อรองรับการขยายการลงทุนมากกว่าการจ่ายเงินปันผล (Caglayan et al., 2024)

สรุป

สรุปภาพรวมของบทความ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย พบว่า ภาระผูกพันทางการเงินที่ใช้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์เป็นตัวบ่งชี้ส่งผลในเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ซึ่งสะท้อนว่าบริษัทที่มีภาระหนี้สูงเมื่อเทียบกับสินทรัพย์รวมย่อมต้องจัดสรรกระแสเงินสดเพื่อรองรับภาระผูกพันทางการเงินมากขึ้น จึงมีแนวโน้มลดการจ่ายปันผล ซึ่งจากผลดังกล่าวชี้ว่าผู้บริหารควรกำหนดนโยบายเงินปันผลที่สอดคล้องกับโครงสร้างเงินทุนและภาระผูกพันทางการเงินเพื่อสร้างสมดุลระหว่างผลประโยชน์จากการก่อหนี้และความเสี่ยงด้านความสามารถในการชำระหนี้ สำหรับตัวแปรควบคุมความสามารถในการทำกำไรและอัตราการเติบโตของบริษัทส่งผลกระทบเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าบริษัทไทยจำนวนมากอาจเป็นบริษัทที่กำลังเติบโตที่ให้ความสำคัญกับการเก็บรักษากำไรเพื่อนำไปลงทุนต่อซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่นักลงทุนควรตระหนักในการประเมินสัญญาณทางการเงินของบริษัท โดยผู้กำหนดนโยบายและหน่วยงานกำกับดูแลตลาดทุนอาจนำข้อมูลเชิงประจักษ์นี้ไปใช้ในการติดตามเสถียรภาพของบริษัทที่มีภาระหนี้สูงซึ่งมีโอกาสเผชิญข้อจำกัดด้านสภาพคล่อง และประเมินความเสี่ยงเชิงระบบต่อพฤติกรรมการจ่ายปันผลในตลาดโดยรวม

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ยังมีข้อจำกัดบางประการ โดยแบบจำลองอาจยังไม่ได้รวมตัวแปรสำคัญบางชนิด เช่น สภาพคล่อง และโครงสร้างผู้ถือหุ้น เป็นต้น นอกจากนี้ ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนไทยในช่วงปี 2561–2565 ซึ่งเป็นช่วงที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 อาจส่งผลให้พฤติกรรมการรักษาสภาพคล่องและการชะลอจ่ายปันผลเบี่ยงเบนจากภาวะปกติ งานวิจัยในอนาคตจึงควรพิจารณาเพิ่มตัวแปรควบคุม ศึกษาในช่วงเวลาอื่น และใช้แบบจำลองที่สามารถจัดการปัญหา endogeneity เช่น GMM estimators หรือ dynamic panel models รวมถึงการเปรียบเทียบข้ามประเทศในกลุ่มตลาดเกิดใหม่เพื่อเพิ่มความทั่วไปของผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 บริษัทควรกำหนดระดับเพดานของภาระผูกพันทางการเงินโดยใช้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์เพื่อใช้เป็นเกณฑ์กำกับการจ่ายเงินปันผลที่ชัดเจน โดยหากระดับภาระผูกพันทางการเงินสูงเกินกรอบที่กำหนด บริษัทควรจัดสรรกระแสเงินสดเพื่อรองรับภาระผูกพันทางการเงินก่อนการจ่ายปันผล นอกจากนี้จากผลวิจัยชี้ว่าความสามารถในการทำกำไรและการเติบโตของบริษัทมีผลลบต่อการจ่ายปันผล บริษัทจึงควรเปิดเผยแผนการใช้กำไรสะสมและเหตุผลในการใช้เพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้ถือหุ้น

1.2 นักลงทุนควรใช้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์เป็นตัวชี้วัดสำคัญในการประเมินเสถียรภาพของเงินปันผล โดยควรพิจารณาบนพื้นฐานที่ว่าบริษัทที่มีภาระผูกพันทางการเงินสูงต่อเนื่องมีแนวโน้มลดหรือชะลอการจ่ายปันผล และบริษัทที่มีความสามารถในการทำกำไรและอัตราการเติบโตที่หากมีโครงการลงทุนจำนวนมาก ก็มีแนวโน้มเก็บกำไรไว้ขยายกิจการมากกว่าจ่ายปันผลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนได้อย่างเหมาะสม

1.3 หน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแลควรส่งเสริมให้บริษัทมีการเปิดเผยนโยบายเงินปันผลและแผนการจัดการภาระผูกพันทางการเงินอย่างเป็นระบบ เพื่อลดความไม่สมมาตรของข้อมูล รวมถึงควรสนับสนุนการพัฒนาแนวปฏิบัติที่ทำให้บริษัทมีกรอบกำกับระดับภาระผูกพันทางการเงินที่เหมาะสม ตามลักษณะอุตสาหกรรม เพื่อเสริมเสถียรภาพของนโยบายเงินปันผลในตลาดทุนไทย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการทำวิจัยครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาในบริบทของตัวแปรอื่นที่ส่งผลกระทบต่อการจ่ายเงินปันผล เช่น สภาพคล่อง ความเสี่ยงทางการเงิน โครงสร้างผู้ถือหุ้น หรือปัจจัยเกี่ยวกับภาษี เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ครอบคลุมถึงการจ่ายเงินปันผลมากขึ้น

2.2 เนื่องจากงานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลระยะยาวที่มีการรวมช่วงเวลาที่มีสถานการณ์ไม่ปกติจากการระบาดของโควิด-19 ด้วย ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปอาจมีการแบ่งช่วงเวลาการศึกษาออกเป็นช่วงก่อนเกิดสถานการณ์ไม่ปกติ ขณะเกิดสถานการณ์ไม่ปกติ และหลังเกิดสถานการณ์ไม่ปกติ เป็นต้น

2.3 ในการทำวิจัยครั้งต่อไปอาจพิจารณาใช้แบบจำลองที่สามารถจัดการปัญหา endogeneity ในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น GMM estimators หรือ dynamic panel models เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

โชษิตา เปสตันยี และธนาภิญญ์ อัตตฤทธิ์. (2566). การกำหนดนโยบายเงินปันผลเพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการ. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 18*(1), 1-24. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmscrru/article/view/263289/178754

นภทีป พัทธนุกิจ และอภิชาติ พงศ์สุพัฒน์. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาบริษัทใน SET High Dividend ของประเทศไทย. *Journal of Buddhist Education and Research, 9*(2), 57–72. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jber/article/view/265984/178095

เบญจพร โมกขะเวส. (2565). อัตราส่วนทางการเงินที่ส่งผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนและอัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 6*(4), 85-94. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/soc-rmu/article/view/256407/173810

สาริยา นวลถวิล และกุสุมา ดำพิทักษ์. (2563). อัตราส่วนทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี sSET. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 12*(1), 304-318. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ptujournal/article/view/240735/165597

Akpadaka, O. S., Farouk, M. A., Dang, D. Y., & Fodio, M. I. (2024). Does Profitability Moderate the Relationship Between the Leverage and Dividend Policy of Manufacturing Firms in Nigeria and South Africa?. *Journal of Risk and Financial Management, 17*(12), 563. https://doi.org/10.3390/jrfm17120563

Ali, N., Rehman, M. Z. U., Ashraf, B. N., & Shear, F. (2022). Corporate Dividend Policies during the COVID-19 Pandemic. *Economies, 10*(11), 263.

Bank of Thailand. (2021). *Annual Report 2021*. Bank of Thailand. https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/en/research-and-publications/reports/annual-report/AnnualReport2021_En.pdf

Bank of Thailand. (2022). *Annual Report 2022*. Bank of Thailand. https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/en/research-and-publications/reports/annual-report/AnnualReport2022.pdf

Bekaert, G., & Harvey, C. R. (2003). Emerging markets finance. *Journal of Empirical Finance, 10*(1–2), 3–55.

Bhattacharya, S. (1979). Imperfect information, dividend policy, and the "bird in the hand" fallacy. *Bell Journal of Economics, 10*(1), 259–270. https://doi.org/ 10.2307/3003330

Caglayan, M., & Machokoto, M. (2024). The sensitivity of investment to internal and external funds: New emerging market evidence. *International Business and Finance, 67*. https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2023.102099

Demerjian, P. R. (2017). Uncertainty and debt covenants. *Review of Accounting Studies, 22*, 1156–1197. https://doi.org/10.1007/s11142-017-9409-z

Denis, D. J., & Osobov, I. (2008). Why do firms pay dividends? International evidence on the determinants of dividend policy. *Journal of Financial Economics, 89*(1), 62–82. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2007.06.006

De Souza Junior, W. D., Hijazi, M. M., & Da Silva, T. P. (2024). Determinants of Dividend Payout Policy: More Evidence From Emerging Markets of G20 Bloc. *International Journal of Finance & Economics*. https://doi.org/10.1002/ijfe.3111

Fama, E. F., & French, K. R. (2001). Disappearing dividends: Changing firm characteristics or lower propensity to pay?. *Journal of Financial Economics, 60*(1), 3–43. https://doi.org/10.1016/S0304-405X(01)00038-1

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.

Hinkle, D.E. (1998). *Applied Statistics for the Behavioral Sciences*. Boston: Houghton Mifflin.

Jabbouri, I. (2016). Determinants of corporate dividend policy in emerging markets: Evidence from MENA stock markets. *Research in International Business and Finance, 37*, 283–298. https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2016.01.018

Kline, R.B. (2016). *Methodology in the Social Sciences. Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). Guilford Press.

Krieger, K., Mauck, N., & Pruitt S. W. (2021). The impact of the COVID-19 pandemic on dividends, *Finance Research Letters, 42*. https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101910

MSCI Inc. (2025, January). *MSCI Market Classification Framework*. https://www.msci.com/indexes/index-resources/market-classification

Myers, S. C., & Majluf, N. S. (1984). Corporate Financing and Investment Decisions when Firms Have Information that Investors Do Not Have. *Journal of Financial Economics, 13*, 187-221. https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0

Omokehinde, J. O., Abata, M. A., Russell, O., Migiro, S. O., & Somoye, C. (2017). Asymmetric Information and Volatility of Stock Returns in Nigeria. *Journal of Economics and Behavioral Studies, 9*(3), 220-231. https://doi.org/10.22610/ jebs.v9i3(J).1761

Rafique, M. (2012). Factors affecting dividend payout: Evidence from listed non-financial firms of Karachi Stock Exchange. *Business Management Dynamics, 1*(11), 76–92. https://www.proquest.com/openview/2a955b3ed76bc1233c9f511619f98fbf/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2050645

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES STIMULATING LOYALTY OF PRAWa SILK CUSTOMERS IN KALASIN PROVINCE

นิศากร สรรพเลิศ, เสาวลักษณ์ จิตติมงคล*, จินตนา อ่อนลา และกัลยรัศมิ์ ทิณรัตน์
Nisakorn Suppalert, Saowalak Chittimongkol*, Jintana Onla and Kalyarat Thinrat
คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
Faculty of Management Science, Kalasin University
*Corresponding Author E-mail: seawlaksncittimngkhl@gmail.com
Received August 10, 2025; **Revised** December 25, 2025; **Accepted** December 27, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าไหมแพรวาฯ ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารและความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับความจงรักภักดีของผู้บริโภค เพื่อเสนอแนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสำหรับธุรกิจผ้าไหมแพรวา ใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยจากผู้ประกอบการ 15 ราย และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้บริโภคจำนวน 385 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า (1) ปัญหาหลักของธุรกิจ คือ ผู้บริโภคที่นิยมซื้อเฉพาะช่วงเทศกาลหรืองานพิธีสำคัญ ยังไม่ได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ การใช้สื่อออนไลน์ยังไม่มีประสิทธิภาพการออกแบบสินค้ายังขาดความทันสมัย การเข้าถึงแหล่งทุนและการบริหารจัดการ รวมถึงทักษะด้านธุรกิจที่ยังต้องพัฒนา (2) กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความภักดีมากที่สุด คือ การขายโดยพนักงานขาย รองลงมาคือ การตลาดออนไลน์และโซเชียลมีเดีย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรงและฐานข้อมูล กิจกรรมพิเศษทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ โดยที่ (3) การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมพิเศษ การตลาดออนไลน์และการตลาดฐานข้อมูล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (4) แนวทางการพัฒนา คือ การสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และการพัฒนาสื่อสนับสนุนการขาย เพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการและเสริมความยั่งยืนแก่ธุรกิจผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์

คำสำคัญ: กลยุทธ์, การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ, ความจงรักภักดี, ผ้าไหมแพรวา, จังหวัดกาฬสินธุ์

Abstract

This study aimed to investigate the challenges faced by Phrae Wa silk entrepreneurs, analyze their marketing communication strategies, and examine the relationship between integrated marketing communication (IMC) strategies and consumer loyalty, with the purpose

of proposing effective IMC approaches to enhance the competitiveness and sustainability of Phrae Wa silk businesses. A mixed-methods approach was applied, combining qualitative data collected from 15 entrepreneurs and quantitative data collected from 385 consumers. Data analysis included descriptive statistics and inferential statistics, such as analysis of variance, correlation analysis, and multiple regression analysis. The findings revealed that 1) The main challenges faced by the business included consumer purchases being concentrated only during festivals or important ceremonies, limited engagement from younger consumer groups, ineffective use of online media and social media platforms, outdated product design, limited access to capital and managerial resources, and insufficient business management skills; 2) Regarding IMC strategies, personal selling was identified as the most influential factor affecting consumer loyalty, followed by online marketing and social media, advertising, sales promotion, direct and database marketing, special marketing events, and public relations; 3) Advertising, sales promotion, special event marketing, online marketing, and database marketing were found to have statistically significant positive correlations with consumer loyalty at the 0.01 level and 4) Based on these results, the study recommends developing a distinctive product identity, effectively utilizing online and social media platforms, organizing promotional activities, strengthening customer relationship management, and creating supporting sales media. Implementing these strategies is expected to enhance the capabilities of entrepreneurs, strengthen local economic development, and contribute to the sustainable growth and long-term success of Phrae Wa silk businesses in Kalasin Province.

Keywords: Strategy, Integrated Marketing Communications, Loyalty, Praewa Silk, Kalasin Province

บทนำ

ในปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมผ้าไทยให้เป็นงานหัตถกรรมที่เป็น Soft Power ที่จะสามารถทำให้ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ช่วยพัฒนายกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยทุกคนนั้น ปัจจุบันกระแสความนิยมผ้าไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ จากสถิติการส่งออกภาพรวมในปีที่ผ่านมา พบว่า มูลค่าส่งออกผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยรวม 349,034.57 ล้านบาท โดยในจำนวนนี้ผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการขยายตัวมากที่สุด คือ ผ้าคลุมไหล่ และผ้าพันคอ มากถึง 337.32% อีกทั้งในปีก่อนหน้า ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากฝ้ายขยายตัวถึง 11.15% โดยมูลค่าส่งออกเพิ่มขึ้นเป็น 21,557.17 ล้านบาท เช่นเดียวกับเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำจากวัสดุสิ่งทออื่น ๆ ก็มีการขยายตัวสูงถึง 27.87% สร้างมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 20,631.77 ล้านบาท (สิรินาถ หิรัญโชติ, 2566) ปัจจุบันผ้าไทยได้รับความนิยมทั้งในกลุ่มคนไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากมีการพัฒนาและออกแบบให้เหมาะกับการใช้งานประจำวัน สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทยจึงมุ่งส่งเสริมผ้าไทยเป็น Soft Power ตามนโยบายรัฐบาล เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเผยแพร่ไปยังชาวต่างชาติ (ภาวี โพธิ์ยี่, 2566) กลยุทธ์นี้ใช้ Key Opinion Leader (KOL) ในการสร้าง

แรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่ พร้อมเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook และ TikTok ที่มีผู้ใช้งานในไทยกว่า 51.5 ล้านบัญชี และ 56.6 ล้านบัญชี ตามลำดับ (ปรีดี นุกุลสมปรารถนา, 2568) ฉะนั้นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) จึงมีบทบาทสำคัญต่อความภักดีของผู้บริโภค และถือเป็นเครื่องมือวัดผลความสำเร็จด้านการตลาด (Kotler & Keller, 2016)

ปัจจุบันผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ได้รับการยกย่องเป็นแหล่งผลิตชั้นนำของประเทศ และได้รับการสนับสนุนจากโครงการศูนย์ศิลปาชีพพิเศษในสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ เมื่อครั้งเสด็จเยี่ยมพสกนิกรชาวอำเภอคำม่วง เมื่อปี พ.ศ. 2520 พระองค์ทรงทอดพระเนตรและมีพระราชดำริให้ขยายหน้าผ้า ปรับลวดลายให้เหมาะกับการใช้งานประจำวัน ส่งผลให้ผ้าแพรวาเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่สร้างรายได้และชื่อเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ (กรมหม่อนไหม, 2567) และจากการลงพื้นที่ของคณะผู้วิจัย ทำให้ทราบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวามีศักยภาพสูงในการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่วยพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจของคนในพื้นที่ แต่ธุรกิจผ้าไหมแพรวายังเจอกับปัญหาด้านการตลาดอยู่ไม่น้อย เช่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังจำกัดเฉพาะกลุ่ม รวมถึงราคาของผ้าไหมแพรวาที่ค่อนข้างสูงกว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทั่วไป ทำให้ยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้างได้มากนัก อีกทั้งยังต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผ้าไหมและหัตถกรรมอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการขยายตลาดและการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า ด้วยเหตุนี้ การวางกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) จึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญมาก เพราะช่วยสร้างการรับรู้และความผูกพันกับตราสินค้าผ้าไหมแพรวาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาสภาพปัญหาของธุรกิจผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวา และความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภค เพื่อเสนอแนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และขยายโอกาสทางการตลาดให้กับผู้ผลิตและผู้ประกอบการในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์
4. เพื่อเสนอแนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของธุรกิจผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์เป็นศาสตร์ที่ศึกษาลักษณะของมนุษย์ในเชิงปริมาณ โดยพิจารณาปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2560) ตัวแปรนี้มักถูกใช้ในการแบ่งส่วนตลาดและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเฉพาะอายุ เพศ รายได้ และการศึกษา เนื่องจากมีอิทธิพลโดยตรงต่อความต้องการและพฤติกรรมการบริโภค อีกทั้งสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของตลาดในแต่ละช่วงเวลา (อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2547)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications: IMC) คือกระบวนการวางแผนและจัดการเครื่องมือสื่อสารอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สารสื่อสารมีความสอดคล้องและสร้างแรงจูงใจต่อกลุ่มเป้าหมายในทิศทางเดียวกัน (Eagle & Kitchen, 2000) โดยประกอบด้วยเครื่องมือหลากหลาย เช่น การโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง การจัดกิจกรรม และสื่อออนไลน์ (Kotler & Keller, 2016) ขณะที่กลยุทธ์การสื่อสารหมายถึง แผนปฏิบัติการในการจัดสรรทรัพยากรและกิจกรรมให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมเพื่อบรรลุเป้าหมายองค์กร (กนกอร สมปราชญ์, 2559) งานวิจัยของปารมิตา สุทธปรีดา เจริญตา สุธานันท์ โพธิ์ชาธาร และพวงพรภัสสร์ วิริยะ (2564) พบว่า ผู้บริโภคผู้สูงอายุมีการรับรู้และการตัดสินใจซื้อจากการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในระดับสูง โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ที่มีอิทธิพลมากที่สุด พร้อมเสนอแนวทางกลยุทธ์ ได้แก่ การโฆษณา การแสดงผลิตภัณฑ์ การปรับช่องทางการขาย การจัดกิจกรรมทางสังคม การสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และการขายเชิงพื้นที่ ซึ่งสะท้อนบทบาทสำคัญของ IMC ต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้สูงอายุในภูมิภาคดังกล่าว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้บริโภค

ความจงรักภักดีของผู้บริโภค หมายถึง ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างผู้บริโภคกับองค์กรหรือตราสินค้า ซึ่งสะท้อนผ่านทัศนคติที่ดี ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการซื้อหรือใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง แม้มีทางเลือกอื่นในตลาด (Hayes, Montoya & Rockwood, 2017) โดยการวัดความจงรักภักดี แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ความตั้งใจบอกต่อ, ความตั้งใจซื้อ, ความอ่อนไหวต่อราคา และความตั้งใจว่ากล่าวติเตียน ซึ่งรวมถึงทัศนคติของผู้บริโภค (Parasuraman et al., 1994; Zeithaml et al., 1996)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ

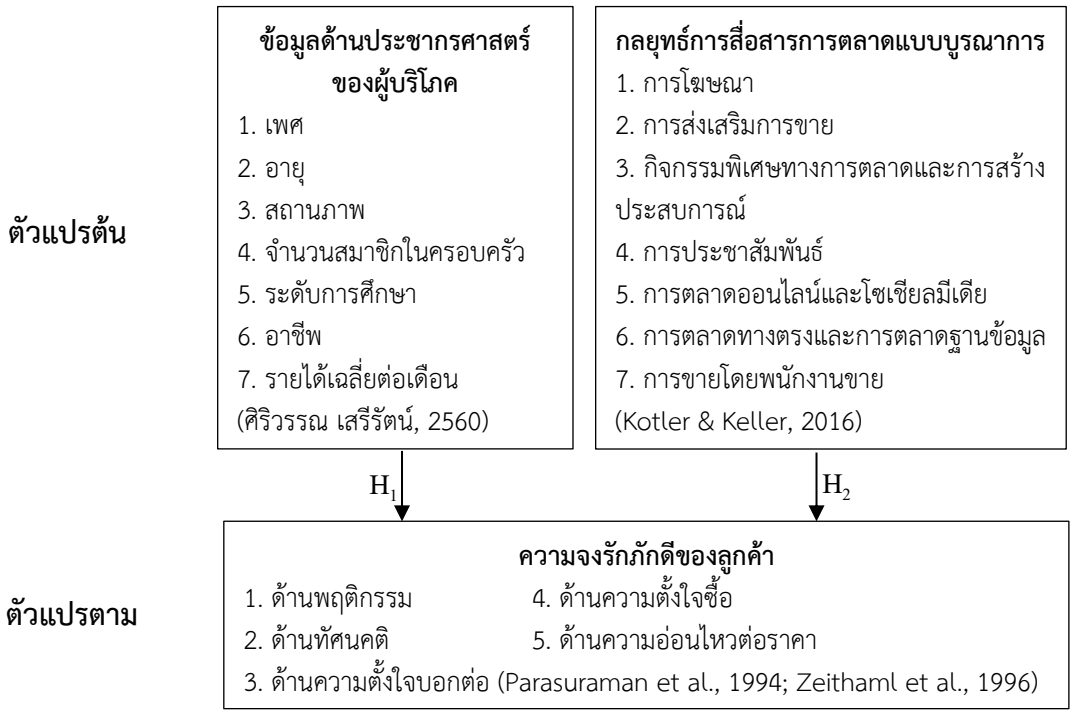
พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการค้นหา การซื้อ การใช้และการประเมินผลผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง (กมลภพ ทิพย์ปาละ, 2555) กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Kotler & Keller, 2016)

จากการทบทวนวรรณกรรม คณะผู้วิจัย พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค และมีผลต่อการตอบสนองต่อกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และกระตุ้น

การตัดสินใจซื้อ โดยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังชี้ให้เห็นว่า IMC ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้ ความจงรักภักดีของผู้บริโภคซึ่งสะท้อนผ่านทัศนคติที่ดี การซื้อซ้ำ ความตั้งใจบอกต่อ และความอ่อนไหวต่อราคา เกิดขึ้นตามกระบวนการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ความเชื่อมโยงระหว่างประชากรศาสตร์, IMC, พฤติกรรมผู้บริโภค และความจงรักภักดี จึงเป็นฐานสำคัญในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยเพื่ออธิบายอิทธิพลของ IMC ต่อการตัดสินใจซื้อและความจงรักภักดีของผู้บริโภคได้

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Methods Research) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญไว้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่าย ผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 15 คน เพื่อเป็นตัวแทนผู้ประกอบการของแต่ละอำเภอ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่เป้าหมายเฉพาะในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 18 อำเภอ (มี 3 อำเภอที่ไม่มีผู้ประกอบการจำหน่ายผ้าไหมแพรวา)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างอ้างอิงจากสูตรของ Cochran

(Cochran, 1977) จำนวน 385 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์เท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมืองานวิจัยเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าไหมแพรวาฯ ซึ่งสร้างขึ้นมาจากทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้บริโภค

เครื่องมืองานวิจัยเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคฯ ซึ่งสร้างขึ้นมาจากการระดมความคิดร่วมกันกับผู้ประกอบการธุรกิจขายผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ และจากทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้บริโภค และตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและเสนอแนะ

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) คณะผู้วิจัยพัฒนาแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านประเมินความสอดคล้องของเนื้อหากับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) ซึ่งกำหนดเกณฑ์ตั้งแต่ 0.50–1.00 ว่ามีความเที่ยงตรงที่ใช้ได้ (Rovinelli & Hambleton, 1977) ผลการประเมินพบว่าแบบสัมภาษณ์มีค่า IOC เท่ากับ 0.87 และแบบสอบถามมีค่า IOC เท่ากับ 0.83 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) คณะผู้วิจัยใช้วิธีคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค โดยกำหนดเกณฑ์ค่ามากกว่า 0.70 ว่ามีความเชื่อมั่นสูง (Cronbach, 1951) ผลการทดสอบพบว่าแบบสัมภาษณ์ตอนที่ 2 และ 3 มีค่าแอลฟาเท่ากับ 0.85 และแบบสอบถามตอนที่ 2 และ 3 มีค่าแอลฟาเท่ากับ 0.80 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยมีความเชื่อมั่นสูงและเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การรับรองจริยธรรมในมนุษย์ การวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ตามเอกสารเลขที่ HS-KSU 048/2567 เพื่อเป็นการปกป้องและคุ้มครองสิทธิการให้ข้อมูลจากอาสาสมัครที่เข้าร่วมการวิจัยเป็นที่เรียบร้อย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) และใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยขั้นที่ 1 คณะผู้วิจัยแบ่งประชากรตามอำเภอจำนวน 18 อำเภอ ขั้นที่ 2 เริ่มเก็บข้อมูลในแต่ละอำเภอ โดยสุ่มตัวอย่างประชากรจากพื้นที่ดังกล่าวเท่า ๆ กันตามจำนวนที่กำหนด ใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดและสามารถปรับคำถามให้เหมาะสมกับบริบท เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการ

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลจากธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 15 ร้าน โดยชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form จำนวน 385 ชุด เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกและการจดบันทึก โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาแนวคิดหรือประเด็นที่มีความสอดคล้องกัน จัดกลุ่มข้อมูล และนำเสนอผลในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการและความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวา โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ และสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และข้อเสนอแนะ (ตอนที่ 4) วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปประเด็นสำคัญ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้ในการวิจัย 1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 2. สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน One-way ANOVA, การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยนี้คณะผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า สภาพปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าไหมแพรวา ได้แก่ 1) ปัญหาด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ ลูกค้าซื้อเฉพาะช่วงงานสำคัญหรือฤดูกาล ไม่สม่ำเสมอ และกลุ่มลูกค้าใหม่/คนรุ่นใหม่ ยังมองว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้สูงวัย 2) ปัญหาด้านการสื่อสารการตลาด คือ ส่วนใหญ่ยังพึ่งพาการบอกต่อปากต่อปาก และยังขาดการใช้ช่องทางออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ 3) ปัญหาด้านการออกแบบสินค้าและนวัตกรรม คือ ลวดลายยังคงแบบดั้งเดิม ไม่ดึงดูดลูกค้ารุ่นใหม่ 4) ปัญหาด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการบริหารจัดการ คือ การขาดแหล่งเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการขยายกิจการหรือการพัฒนาสินค้า และผู้ประกอบการบางรายยังขาดทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจเชิงกลยุทธ์ และ 5) ปัญหาด้านความรู้และทักษะทางธุรกิจ คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในด้านการตลาด การบริหารธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีหรือโซเชียลมิเดีย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งด้านที่ส่งผลมากที่สุด คือ ด้านการขายโดยพนักงานขาย รองลงมา คือ ด้านการตลาดออนไลน์และโซเชียลมีเดีย ด้านการโฆษณา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการตลาดทางตรงและการตลาดฐานข้อมูลด้านกิจกรรมพิเศษทางการตลาด/การสร้างประสบการณ์ และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวาฯ จำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ	Mean ($\bar{x}$)	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1. การโฆษณา	3.39	1.39	ปานกลาง
2. การส่งเสริมการขาย	3.39	1.45	ปานกลาง
3. กิจกรรมพิเศษทางการตลาด/การสร้างประสบการณ์	3.38	1.44	ปานกลาง
4. การประชาสัมพันธ์	3.36	1.44	ปานกลาง
5. การตลาดออนไลน์และโซเชียลมีเดีย	3.40	1.45	ปานกลาง
6. การตลาดทางตรงและการตลาดฐานข้อมูล	3.39	1.40	ปานกลาง
7. การขายโดยพนักงานขาย	3.84	1.13	มาก
รวม	**3.45**	**0.13**	**มาก**

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ Pearson อยู่ระหว่าง 0.372–0.968 โดยหลายคู่ตัวแปรเกินเกณฑ์ 0.80 ซึ่งสะท้อนความเสี่ยงของ Multicollinearity (Hair et al., 2010) อาจเนื่องมาจากตัวแปรทั้ง 7 ด้าน ของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิดเดียวกัน (IMC) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการตามธรรมชาติของทฤษฎี จึงคาดว่าจะมีระดับความสัมพันธ์กันสูง ดังตารางที่ 2 และจากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ ด้านการโฆษณา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาดและการสร้างประสบการณ์ ด้านการตลาดออนไลน์และโซเชียลมีเดีย และด้านการตลาดทางตรงและการตลาดฐานข้อมูลส่งผลทางบวกต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวาฯ มีค่าเท่ากับ 0.985 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 97.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ (B) เท่ากับ 0.269 (X_1), 0.157 (X_2), 0.169 (X_3), 0.202 (X_5) และ 0.211 (X_6) ตามลำดับ โดยสามารถสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนเติบโตได้ดังต่อไปนี้

$\hat{y}$ = -0.052+0.269x_1^*+0.157x_2^*+0.169x_3^*+0.202x_5^*+0.169x_6^* ดังตารางที่ 3

สรุปได้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลทางบวกต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวา คือ ด้านการโฆษณา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด ด้านการตลาดออนไลน์/โซเชียลมิเดีย และด้านการตลาดทางตรงและการตลาดฐานข้อมูล

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตัวแปร	การโฆษณา (x_1)	การส่งเสริมการขาย (x_2)	กิจกรรมพิเศษทางการตลาด (x_3)	การประชาสัมพันธ์ (x_4)	การตลาดออนไลน์/โซเชียลมีเดีย (x_5)	การตลาดทางตรง/การตลาดฐานข้อมูล (x_6)	การขายโดยพนักงานขาย (x_7)	ความจงรักภักดี (y)
(x_1)	1							
(x_2)	0.966	1						
(x_3)	0.958	0.966	1					
(x_4)	0.941	0.952	0.955	1				
(x_5)	0.945	0.955	0.959	0.950	1			
(x_6)	0.943	0.949	0.953	0.956	0.949	1		
(x_7)	0.389	0.395	0.376	0.372	0.398	0.389	1	
(y)	0.968	0.970	0.970	0.955	0.958	0.963	0.391	1

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). (y) ความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวา

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	-0.052	0.051		-1.023	0.307		
การโฆษณา (x_1)	0.269	0.041	0.260	6.545	<0.001*	0.055	18.055
การส่งเสริมการขาย (x_2)	0.157	0.045	0.158	3.459	<0.001*	0.042	23.996
กิจกรรมพิเศษทางการตลาด (x_3)	0.169	0.045	0.169	3.751	<0.001*	0.043	23.287
การประชาสัมพันธ์ (x_4)	0.010	0.039	0.010	0.253	0.801	0.058	17.139
การตลาดออนไลน์/โซเชียลมีเดีย (x_5)	0.202	0.038	0.204	5.261	<0.001*	0.058	17.210
การตลาดทางตรงและการตลาดฐานข้อมูล (x_6)	0.211	0.039	0.204	5.392	<0.001*	0.061	16.445
การขายโดยพนักงานขาย (x_7)	0.000	0.013	0.000	0.008	0.993	0.831	1.203

Durbin-Watson = 1.995, F-value = 1592.118, R = 0.985, R^2 = 0.971

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ได้ข้อเสนอแนะแนวทางกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อเสริมสร้างความภักดีของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ ดังนี้

1. แนวทางด้านการสร้างอัตลักษณ์และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ โดยสื่อสารที่มาและจุดเด่นของผ้าไหมแพรวา เช่น ลวดลาย สีสัน และสื่อสารผ่านเรื่องเล่าเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเนื้อหาน่าสนใจ เพื่อสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับผู้บริโภค

2. แนวทางด้านการใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียทุกแพลตฟอร์ม เพื่อเผยแพร่วิดีโอสั้น การไลฟ์สดเกี่ยวกับสินค้า ให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและกว้างขึ้น และต้องพัฒนาคอนเทนต์ที่เน้นภาพลักษณ์และความใกล้ชิดกับลูกค้า

3. แนวทางด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางท้องถิ่น โดยร่วมมือกับองค์กรในพื้นที่ เช่น หน่วยงานราชการ โรงเรียน วัด หรือ อสม. เพื่อจัดกิจกรรมในงานเทศกาล/ประเพณีเพื่อโปรโมตสินค้า

4. แนวทางด้านการส่งเสริมการขายและกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล และการสะสมแต้ม/ของแถม/การจัด workshop ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการซื้อซ้ำ

5. แนวทางด้านการพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์/สื่อสนับสนุนการขาย โดยจัดทำแคตตาล็อกสินค้า, ป้ายประชาสัมพันธ์ที่มี QR code และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สื่อถึงความเป็นผ้าไหมแพรวาได้อย่างมีคุณค่า

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ เผชิญกับอุปสรรคหลายด้าน ได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมซื้อเฉพาะช่วงเทศกาลงานพิธีสำคัญต่าง ๆ ส่งผลให้ยอดขายไม่สม่ำเสมอ และกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ยังไม่รู้สึกสนใจผลิตภัณฑ์เนื่องจากมองว่าเป็นสินค้าที่เหมาะสำหรับผู้สูงอายุ จึงเป็นข้อจำกัดในการขยายตลาด และผู้ประกอบการยังขาดกลยุทธ์การตลาดที่ทันสมัย โดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การวางแผนเนื้อหา การสื่อสารคุณค่าของสินค้า และการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ (Kotler & Keller, 2016) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ยังยึดติดกับลวดลายดั้งเดิม ไม่ตอบโจทย์การใช้งานในชีวิตประจำวันของคนรุ่นใหม่ และยังขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าให้ร่วมสมัย ส่วนด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดการวางแผนธุรกิจที่เป็นระบบ และมีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการขยายธุรกิจ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคมากที่สุด ได้แก่ การขายโดยพนักงานขาย รองลงมาคือ การตลาดออนไลน์และโซเชียลมีเดีย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรงและการตลาดฐานข้อมูล กิจกรรมพิเศษทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปฏิสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว เพราะส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นของแบรนด์ และความสัมพันธ์ระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Samlejsin and Kookkaew (2022) ที่ พบว่า การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการในด้านการขายโดยพนักงานขาย มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของลูกค้าผู้ใช้ปุ๋ยเคมีของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายตรา ABC และในบริบทนี้การตลาดออนไลน์และโซเชียลมีเดียมีบทบาทมากขึ้นในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นการซื้อ โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้อินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ และงานวิจัยของภัทรามาศ พรหมสา (2566) ที่ พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของดิโอลิมปิค ฟิตเนส คลับ มีผลต่อการตัดสินใช้บริการของผู้บริโภค ได้แก่ ด้านการขายโดยพนักงาน ด้านการตลาดทางตรง การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา ตามลำดับ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ Eagle and Kitchen (2000) ที่พบว่าการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ช่วยให้เกิดความชัดเจนในสารที่สื่อสารไปยังผู้บริโภค และช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ จึงนำไปสู่การเพิ่มความภักดีของผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม

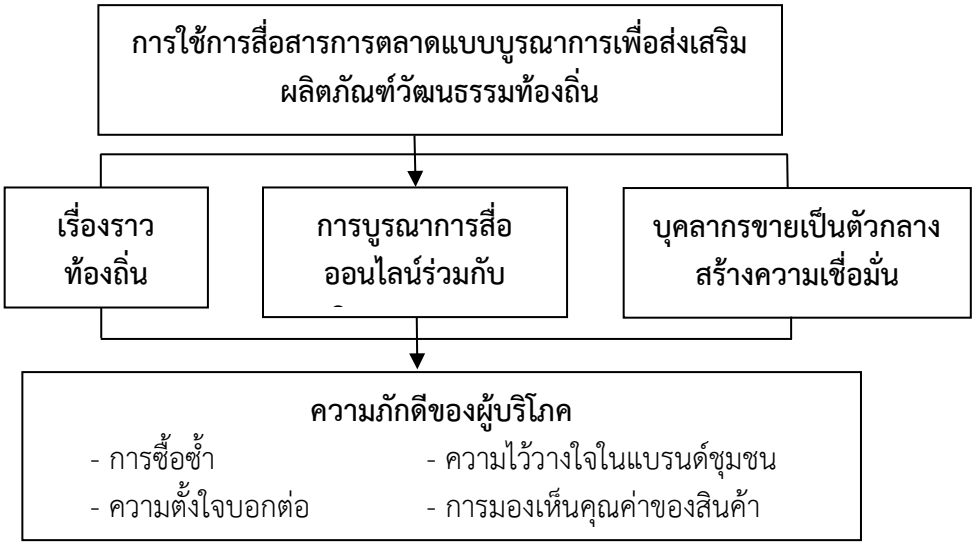
ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า กลยุทธ์การสื่อการตลาดแบบบูรณาการด้านการโฆษณา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาดและการสร้างประสบการณ์ ด้านการตลาดออนไลน์และโซเชียลมีเดีย และด้านการตลาดทางตรงและการตลาด

ฐานข้อมูล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ความสัมพันธ์ดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า การใช้กลยุทธ์การตลาดที่หลากหลายและสอดคล้องกัน สามารถส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในด้านความเชื่อมั่น การตั้งใจซื้อซ้ำ และการบอกต่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปารมิตา สุทธปรีดา สุธานันท์ โพธิ์ชาธาร และพวงพรภัสสร์ วิริยะ (2565) ที่ พบว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการมีอิทธิพลในทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ และผลการศึกษายังสะท้อนให้เห็นว่าการใช้กลยุทธ์ที่ผสมผสานระหว่างออนไลน์และออฟไลน์ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร และตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลายได้ดียิ่งขึ้น เป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดของ Keller (2001) ที่ระบุว่า ความภักดีของผู้บริโภคเกิดจากประสบการณ์สะสมที่ดีจากแบรนด์ ผ่านช่องทางการสื่อสารที่มีคุณภาพและความต่อเนื่อง

ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวทางการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสำหรับธุรกิจผ้าไหมแพรวาไว้ 5 ประการ ได้แก่ (1) การสร้างอัตลักษณ์และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของฤทัยภัทร ให้ศิริกุล (2567) ที่ระบุว่า การเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยการพัฒนาลวดลายผ้าไหมที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ และความเชื่อท้องถิ่น การใช้เทคนิคการทอแบบโบราณ ทำให้ผ้าไหมมีคุณค่าทางวัฒนธรรมและสามารถแข่งขันในตลาดได้ (2) การใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพ (3) การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางท้องถิ่น (4) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สอดคล้องกับฤดูกาล และ (5) การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อสนับสนุนการขาย แนวทางดังกล่าวจะช่วยเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้ทั้งในตลาดภายในประเทศและตลาดออนไลน์ อีกทั้งยังเป็นแนวทางที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอื่นได้เช่นกัน (Pickton & Broderick, 2001) ทั้งนี้ ผลการวิจัยนี้อาจไม่สอดคล้องกับแนวความคิดหรือสมมติฐานที่มีอยู่โดยทั่วไปในเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภค ทั้งหมด คณะผู้วิจัยมองว่าความแตกต่างที่เกิดขึ้นแสดงถึงลักษณะเฉพาะของบริบทที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งอาจทำให้ปัจจัยเชิงกลยุทธ์เหล่านี้ยังไม่ได้รับการให้ความสำคัญหรือพัฒนาอย่างเป็นระบบ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวาในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่ผ่านการใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมท้องถิ่น

จากแผนภาพที่ 2 คือ องค์ความรู้ใหม่ที่ใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวาฯ ที่เกิดจากการถ่ายทอดเรื่องราวท้องถิ่นให้ช่วยเพิ่มคุณค่าทางอารมณ์ การบูรณาการ สื่อออนไลน์เข้ากับกิจกรรมชุมชนที่ช่วยเพิ่มการรับรู้และเข้าถึงหลายกลุ่ม และบทบาทของพนักงานขายในการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมทำให้เกิดความไว้วางใจและผูกพันแบบตัวต่อตัว ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้เป็นสิ่งที่ร่วมกันสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายและเพิ่มคุณค่าทางอารมณ์ให้แก่ผู้บริโภค จนเกิดความเข้าใจ ความไว้วางใจ การซื้อซ้ำ และความผูกพันกับผลิตภัณฑ์ในระยะยาว ส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าและการเติบโตของผ้าไหมแพรวาในระดับท้องถิ่นและประเทศอย่างยั่งยืน รวมถึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาสินค้าชุมชนและการเสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

สรุป

การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมแพรวาฯ ทำให้ทราบว่ากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้านการขายโดยพนักงานขาย และการตลาดออนไลน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ทุกด้านล้วนมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความภักดีของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับระดับความภักดีเช่นกัน ผลการวิจัยครั้งนี้มีความสำคัญเชิงปฏิบัติอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในบริบทของการบริหารจัดการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เนื่องจากสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบกลยุทธ์

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่หลากหลายและเหมาะสมกับบริบทชุมชน ตลอดจนความจำเป็นในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผ้าไหมแพรวาได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ โดยเฉพาะการส่งเสริมการขายผ่านพนักงานขายและช่องทางออนไลน์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยมากขึ้น รวมถึงพัฒนาการใช้งานให้เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ปัจจุบัน เพื่อขยายฐานลูกค้าควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและระบบสมาชิก

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และขยายขอบเขตการวิจัยไปยังกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่และกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสูง เพื่อสำรวจแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

กนกอร สมปราชญ์. (2559). *ภาวะผู้นำและภาวะผู้นำการเรียนรู้สำหรับผู้บริหารสถานศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). หจก.โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.

กมลภพ ทิพย์ปาละ. (2555). *กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อกล้องสะท้อนภาพเลนส์เดียวระบบดิจิทัล.* มหาวิทยาลัยเชียงใหม่/เชียงใหม่. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14457/CMU.res.2012.8

กรมหม่อนไหม. (ม.ป.ป.). *ผ้าแพรวา*. สำนักอนุรักษ์และตรวจสอบมาตรฐานหม่อนไหม กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. https://qsds.go.th/silkcotton/k_19.php

ฤทัยภัทร ให้ศิริกุล. (2567). การประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรมกับการสร้างคุณค่าลายผ้าไหมของชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมท้องถิ่น, 19*(2), 51–70. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/RDIBRU/article/view/282225

ปรีดี นุกุลสมปรารถนา. (2568). *รวมสถิติ Digial และการใช้ Social Media ในไทยประจำปี 2026*. https://www.popticles.com/trends/thailand-digital-and-social-media-2026/?utm

ปารมิตา สุทธปรีดา สุธานันท์ โพธิ์ชาธาร และพวงพรภัสสร์ วิริยะ. (2565). กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประเทศไทย. *วารสารชุมชนวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 16*(1), 167-179. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NRRU/article/view/254362/174558

ภาวี โพธิ์ยี่. (2566). *Sacit ดันผ้าไทยสู่ตลาดโลก กางแผนปี 2566 เดินหน้าเจาะคนรุ่นใหม่.* สืบค้นจาก https://www.prachachat.net/breaking-news/news-1266767

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* ธรรมสาร.

สิรินาถ หิรัญโชติ. (2566). *ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยในการเข้าสู่ตลาดออนไลน์ ระดับสากล* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2023/TU_2023_6502043091_18217_27924.pdf

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2547). *กลยุทธ์การตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Eagle, L., & Kitchen, P. (2000). IMC, brand communications, corporate cultures. *European Journal of Marketing, 34*(5), 667-686. https://doi.org/10.1108/03090560010321983

Hayes, A. F., Montoya, A. K., & Rockwood, N. J. (2017). The Analysis of Mechanisms and Their Contingencies: PROCESS Versus Structural Equation Modeling. *Australasian Marketing Journal, 25*(1), p. 76-81.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research. *Journal of Marketing, 58*(1), 111–124. https://doi.org/10.1177/002224299405800109

Pickton, D. and Broderick, A. (2001*). Inted Marketing Communications*. London: Pear Education.

Samlejsin, C., & Kookkaew, P. (2022). Integrated marketing communication and service quality influencing on brand loyalty of customer: A company that produces and distributes chemical fertilizers under the ABC brand. *Asian Administration and Management, 5*(1), 7–16. Retrieved from https://so01.tci- thaijo.org/index.php/AAMR/article/view/254863

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing, 60*(2), 31–46. https://doi.org/10.1177/002224299606000203

อิทธิพลตัวแปรคั่นกลางความคล่องตัวขององค์การต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกรุงเทพมหานคร

THE MEDIATING EFFECT OF ORGANIZATIONAL AGILITY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN ELECTRONIC HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF E-COMMERCE BUSINESS IN BANGKOK

จันจิราภรณ์ ปานยินดี
Janjirapon Panyindee
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
Nakhon Pathom Rajabhat University
สมพร ปานยินดี* และประภัสรา คงสาธิตพร
Somporn Panyindee, Prapasara Kongsatitporn
มหาวิทยาลัยสยาม
Siam University
*Corresponding Author E-mail: somporn.panyindee@gmail.com
Received October 3, 2025; **Revised** December 26, 2025; **Accepted** December 27, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานองค์การ 2) ศึกษาความคล่องตัวขององค์การที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานองค์การ 3) ศึกษาการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความคล่องตัวขององค์การและ 4) ศึกษาอิทธิพลตัวแปรคั่นกลางความคล่องตัวขององค์การต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามจากผู้บริหารองค์การในธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกรุงเทพมหานคร จำนวน 280 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า

1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ความคล่องตัวขององค์การมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผลการดำเนินงานองค์การมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2) การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ความคล่องตัวขององค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความคล่องตัวขององค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3) ความคล่องตัวขององค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วนต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้ตัดสินใจลงทุนระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและยกระดับผลการดำเนินงานองค์การ นอกจากนี้ยังสร้างคุณค่าทางวิชาการในการยืนยันบทบาทตัวแปรคั่นกลางของความคล่องตัวขององค์การ

คำสำคัญ: ความคล่องตัวขององค์การ, การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์, ผลการดำเนินงานองค์การ, กรุงเทพมหานคร

Abstract

The objectives of this research were to 1) investigate electronic human resource management affecting organizational performance, 2) examine organizational agility affecting organizational performance, 3) analyze electronic human resource management affecting organizational agility, and 4) assess the effect of organizational agility on the relationship between electronic human resource management and organizational performance of e-commerce businesses in Bangkok. The research was quantitative. A questionnaire was used to collect data from 280 executives of e-commerce businesses in Bangkok. Data analysis employed descriptive statistics, including mean and standard deviation, as well as inferential statistics, such as Pearson correlation and multiple regression. The research results indicated as follows;

1) The mean of electronic human resource management was at a high level. The mean organizational agility was at a high level. The mean organizational performance was at a high level.

2) Electronic human resource management had a positive effect on organizational performance with statistical significance at the 0.01 level. Organizational agility had a positive effect on organizational performance with statistical significance at the 0.01 level. Electronic human resource management had a positive effect on organizational agility with statistical significance at the 0.01 level.

3) Organizational agility partially mediated the relationship between electronic human resource management and organizational performance of e-commerce businesses in Bangkok.

The findings of this study can support decision-making regarding investment in electronic human resource management systems to increase organizational agility and enhance organizational performance. Additionally, this study contributes academic value by confirming the mediating role of organizational agility.

Keywords: organizational agility, E-HRM, organizational performance, Bangkok

บทนำ

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา จากการขยายตัวของเทคโนโลยีดิจิทัล และพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปสู่การซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะในเขตเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพมหานคร ธุรกิจอีคอมเมิร์ซได้กลายเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ ส่งผลให้ผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อยเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลและกลยุทธ์การตลาดออนไลน์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ปี 2566 ที่ผ่านมาธุรกิจอีคอมเมิร์ซมีมูลค่า 6.34 แสนล้านบาท และคาดการณ์ว่าในปี 2567 จะมีมูลค่าถึง 6.94 แสนล้านบาท เติบโตเฉลี่ยปีละ 6% และจะมีมูลค่า 7.50 แสนล้านบาท ในปี 2568 (กองข้อมูลธุรกิจ, 2568) อย่างไรก็ตามการขยายตัวดังกล่าวยังมาพร้อมกับความท้าทายด้านการจัดการทรัพยากรบุคคลในสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่ต้องการทั้งความรวดเร็วและความยืดหยุ่นสูง (Ali et al., 2024) การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งด้านการสรรหา การฝึกอบรม และการประเมินผลการปฏิบัติงานอิเล็กทรอนิกส์ช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและส่งเสริมการสื่อสารและการทำงานร่วมกันที่คล่องตัว ทำให้องค์การสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป (Alqarni et al., 2023) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การ (Khammadee, 2023) และความยั่งยืน (Epebinu et al., 2024)

นอกจากนี้การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์สร้างความได้เปรียบด้านการเข้าถึงข้อมูลและลดขั้นตอนทางธุรการ แต่ในบริบทของธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่มีความผันผวนสูง เทคโนโลยีอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะผลักดันผลการดำเนินงานให้สูงขึ้นได้ หากองค์การขาดความสามารถในการปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง (Alqarni et al., 2023; Çakmak, 2023) ปัญหาที่พบในทางปฏิบัติ คือ องค์การจำนวนมากมีระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัยแต่ยังทำงานภายใต้โครงสร้างแบบเดิม ส่งผลให้การตัดสินใจช้า สูญเสียคนเก่ง ความสามารถแข่งขันถดถอย ดังนั้นความคล่องตัวขององค์การจึงเป็นกลไกสำคัญที่จะบูรณาการศักยภาพของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กลายเป็นผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมผ่านการปรับใช้ทรัพยากรมนุษย์อย่างยืดหยุ่นและทันท่วงที (Javed et al., 2023; Khammadee, 2023) ตามทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View Theory) อธิบายถึงความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนขององค์การมาจากทรัพยากรที่มีคุณค่า หายาก ยากต่อการเลียนแบบ และไม่สามารถทดแทนได้ (Barney, 1991) โดยการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ถือเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่มีคุณค่าและหายาก ความคล่องตัวขององค์การทำหน้าที่ปรับเปลี่ยนการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กลายเป็นกระบวนการตอบสนองที่ยืดหยุ่นและรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การศึกษาบทบาทของตัวแปรคั่นกลางของความคล่องตัวขององค์การในบริบทขององค์การไทยมีไม่มากนัก ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอิทธิพลตัวแปรคั่นกลางความคล่องตัวขององค์การต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะช่วยเติมเต็มช่องว่างทางทฤษฎี

และให้ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติแก่องค์การในการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงความคล่องตัวขององค์การที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างคุณค่าจากการลงทุนด้านเทคโนโลยีทรัพยากรมนุษย์ และทำให้ผลการดำเนินงานขององค์การดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานองค์การ
2. เพื่อศึกษาความคล่องตัวขององค์การที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานองค์การ
3. เพื่อศึกษาการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความคล่องตัวขององค์การ
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลตัวแปรคั่นกลางความคล่องตัวขององค์การต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์

การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Human Resource Management: E-HRM) หมายถึง การบูรณาการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากับกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มศักยภาพของนักทรัพยากรมนุษย์ และปรับแนวปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์การด้วยการใช้เทคโนโลยี การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้องค์การมีเครื่องมือในการจัดการข้อมูลพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นแบบอัตโนมัติ ส่งเสริมการสื่อสารและการทำงานร่วมกัน รวมทั้งอำนวยความสะดวกในการตัดสินใจ (Alqarni et al., 2023) การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และบนเว็บไซต์เพื่อดำเนินกิจกรรมด้านทรัพยากรมนุษย์ เช่น การสรรหา การฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน และค่าตอบแทน (Epebinu et al., 2024) การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มี 6 ด้าน ได้แก่ การสรรหาบุคลากรอิเล็กทรอนิกส์ การคัดเลือกบุคลากรอิเล็กทรอนิกส์ การฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ การประเมินผลการปฏิบัติงานอิเล็กทรอนิกส์ การสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ และค่าตอบแทนอิเล็กทรอนิกส์ (El-Emary et al., 2022)

แนวคิดเกี่ยวกับความคล่องตัวขององค์การ

ความคล่องตัวขององค์การ (Organizational Agility) หมายถึง ความสามารถขององค์การในการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่คาดการณ์ไม่ได้และใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นใหม่ผ่านการเรียนรู้และนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (Rehman et al., 2025) เป็นความสามารถขององค์การในการปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว มีโครงสร้างที่ยืดหยุ่นและเหมาะสม ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมได้ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านบวกและลบ (Çakmak, 2023) เป็นความสามารถขององค์การในการปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้อย่างรวดเร็ว ทำให้องค์การสามารถอยู่รอดและเติบโตได้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขัน (Alborathy et al., 2023) ความคล่องตัวขององค์การมี 4 ด้าน ได้แก่ ความสามารถในการตอบสนอง ความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลง การทำงานเชิงรุก และความสามารถในการปรับตัว (Gurbuz & Hatunoglu, 2022)

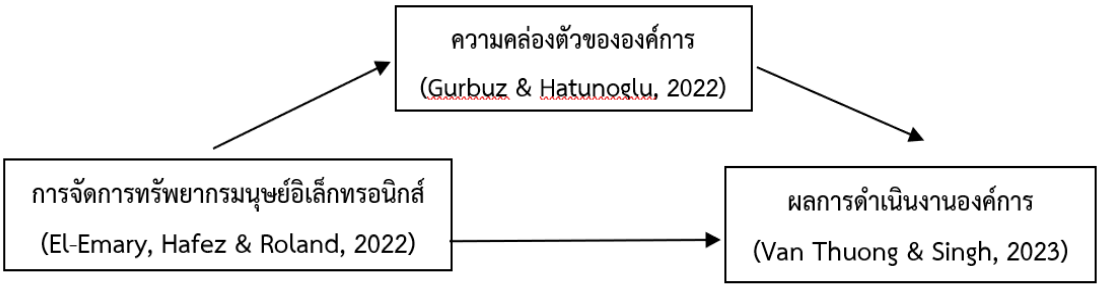
แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานองค์การ

ผลการดำเนินงานองค์การ (Organizational Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ที่องค์การที่สามารถประเมินได้ เช่น ระดับผลกำไร ส่วนแบ่งการตลาด และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ขององค์การ (Hilton et al., 2023) เป็นความสามารถในการเติบโตและอยู่รอดในระยะยาว (Mohammed & AL-Abrrow, 2023) ระดับความความสำเร็จขององค์การในการบรรลุเป้าหมาย หรือตัวชี้วัดที่สำคัญในการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การที่ตั้งไว้ โดยใช้ตัวชี้วัดด้านการเงินและด้านที่ไม่ใช่การเงิน (Otoo, 2024) ผลการดำเนินงานองค์การมี 4 ด้าน ได้แก่ การเงิน ลูกค้า กระบวนการภายในการเรียนรู้และการเติบโต (Van Thuong & Singh, 2023)

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคล่องตัวขององค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ และผลการดำเนินงานองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sutha & Thathsara (2021) พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความคล่องตัวขององค์การ และความคล่องตัวขององค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การ เช่นเดียวกันกับ Khammadee (2023) และ Javed et al. (2023) พบว่า ความคล่องตัวขององค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การ ประกอบกับ Sentoso et al. (2024) พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ตามทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View Theory) ของ Barney (1991) และแนวคิดของ El-Emary et al., (2022); Gurbuz & Hatunoglu (2022); Van Thuong & Singh (2023) ประกอบด้วยการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ ความคล่องตัวขององค์การ และผลการดำเนินงานองค์การ โดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ กรุงเทพมหานคร ประชากร คือ ผู้บริหารองค์การในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ จำนวน 2,626 ราย (กองข้อมูลธุรกิจ, 2568) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้โปรแกรมสำเร็จรูปบนคอมพิวเตอร์ G*Power ซึ่งโปรแกรมประมาณค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) ในระดับเล็กถึงปานกลาง (Cohen, 1988) และกำหนดค่าต่าง ๆ เพื่อใช้คำนวณขนาดตัวอย่างดังนี้ ขนาดอิทธิพล (Effect Size) คือ 0.04 ความคลาดเคลื่อน (Alpha) คือ 0.05 อำนาจการทดสอบ (Power) คือ 0.95 จำนวนของตัวแปรที่ใช้ในการพยากรณ์ เท่ากับ 2 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 244 คน ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามคือ ผู้บริหารระดับสูงหรือผู้จัดการฝ่ายบุคคล เก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์จำนวน 696 ชุด ระหว่างเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม พ.ศ. 2568 เมื่อครบกำหนดตามระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้รับแบบสอบถามกลับมาทั้งหมด 331 ชุด แต่เป็นแบบสอบถามที่ไม่พบสถานประกอบการ จำนวน 51 ชุด เป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น 280 ชุด ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้ข้อมูลทั้ง 280 ชุด เพื่อให้มีความคลาดเคลื่อนที่น้อยลง

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item of Objective Congruence Index: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่าทุกข้อมีค่า 0.67 ขึ้นไป และตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) จากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งทุกตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.70 ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติ ผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ ความคล่องตัวขององค์การ และผลการดำเนินงานองค์การของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกรุงเทพมหานคร

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคล่องตัวขององค์การ และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานองค์การธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกรุงเทพมหานคร และการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ด้วยใช้เทคนิควิธีนำเข้า (Enter) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และทดสอบตัวแปรคั่นกลางด้วยวิธีของ Baron & Kenny (1986)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.43, S.D. = 0.61) ความคล่องตัวขององค์การอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.38, S.D. = 0.46) ผลการดำเนินงานองค์การอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.46, S.D. = 0.42)

ตารางที่ 1 แสดงสรุปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ ความคล่องตัวขององค์การ และผลการดำเนินงานองค์การ

ตัวแปร	E-HRM	OA	OP
การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-HRM)	1.000		
ความคล่องตัวขององค์การ (OA)	0.517*	1.000	
ผลการดำเนินงานองค์การ (OP)	0.574*	0.777*	1.000

* P< 0.01

จากตารางที่ 1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า ผลการดำเนินงานองค์การของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กับความคล่องตัวขององค์การ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.777 และ 0.574 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา ก่อนการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยตรวจสอบความเป็นอิสระต่อกันของค่าความคลาดเคลื่อน โดยใช้สถิติทดสอบ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.78 มีค่าระหว่าง 1.50-2.50 ถือว่ายอมรับได้ ต่อมาผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยพิจารณาค่า VIF เท่ากับ 1.36 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 สอดคล้องกับ Lee et al., (2000) ซึ่งได้เสนอว่าค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันมากเกินไป ดังนั้นตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงไม่มีปัญหา Multicollinearity

วัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานองค์การ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม: ผลการดำเนินงานองค์การ (OP)					
	B	Std. Error	Beta	t	p	Adjust R^2
ค่าคงที่	2.117	0.116		18.194	0.000*	.327
การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-HRM)	0.391	0.033	0.574	11.687	0.000*	

* P< 0.01

จากตารางที่ 2 การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 (Beta = 0.574)

วัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ความคล่องตัวขององค์การที่มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การคล่องตัวขององค์การที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานองค์การ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม ผลการดำเนินงานองค์การ (OP)					
	B	Std. Error	Beta	t	p	Adjust R^2
ค่าคงที่	1.058	0.118		8.986	0.000*	.602
ความคล่องตัวขององค์การ (OA)	0.710	0.035	0.777	20.550	0.000*	

* P< 0.01

จากตารางที่ 3 ความคล่องตัวขององค์การที่มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 (Beta = 0.777)

วัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความคล่องตัวขององค์การ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความคล่องตัวขององค์การ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม ความคล่องตัวขององค์การ (OA)					
	B	Std. Error	Beta	t	p	Adjust R^2
ค่าคงที่	2.059	0.133		15.475	0.000*	0.264
การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-HRM)	0.385	0.038	0.517	10.063	0.000*	

* P< 0.01

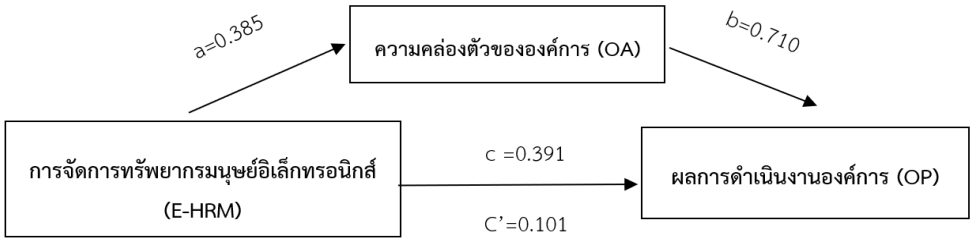
จากตารางที่ 4 การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความคล่องตัวขององค์การอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 (Beta = 0.517)

วัตถุประสงค์ที่ 4 พบว่าการอิทธิพลตัวแปรคั่นกลางความคล่องตัวขององค์การต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลตัวแปรคั่นกลางความคล่องตัวขององค์การต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม ผลการดำเนินงานองค์การ (OP)					
	B	Std. Error	Beta	t	p	Adjust R^2
ค่าคงที่	2.274	0.064		35.800	0.000*	0.570
E-HRM*OA	0.101	0.005	0.756	19.257	0.000*	

* P< 0.01



แผนภาพที่ 2 แสดงอิทธิพลตัวแปรคั่นกลางความคล่องตัวขององค์การต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การ

จากตารางที่ 5 และแผนภาพที่ 2 การวิเคราะห์ตามวิธีของ Baron & Kenny (1986) พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความคล่องตัวขององค์การ (a=0.385) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ความคล่องตัวขององค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลดำเนินงานองค์การ (b=0.710) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การ (c =0.391) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และเมื่อควบคุมความคล่องตัวขององค์การ อิทธิพลของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อผลการดำเนินงานองค์การลดลง (c' = 0.101) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เนื่องจากค่า c' น้อยกว่าค่า c แสดงความคล่องตัวขององค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (Partial Mediation) ในความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์และผลการดำเนินงานองค์การ

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานองค์การได้ 32.7% กล่าวคือ การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการสรรหา คัดเลือก ฝึกอบรม และประเมินผล ช่วยให้การบริหารงานมีความรวดเร็ว ลดข้อผิดพลาดในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ สร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน ส่งผลให้องค์การสามารถบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิผลและยั่งยืน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Javed et al., (2023) พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ความคล่องตัวขององค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การ ความคล่องตัวขององค์การสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานองค์การได้ 60.2% กล่าวคือ องค์การที่ปรับตัวได้รวดเร็วและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงสามารถเพิ่มผลการปฏิบัติงานที่ดีและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์การได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Sutha & Thathsara (2021) พบว่า ความคล่องตัวขององค์การมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์การ

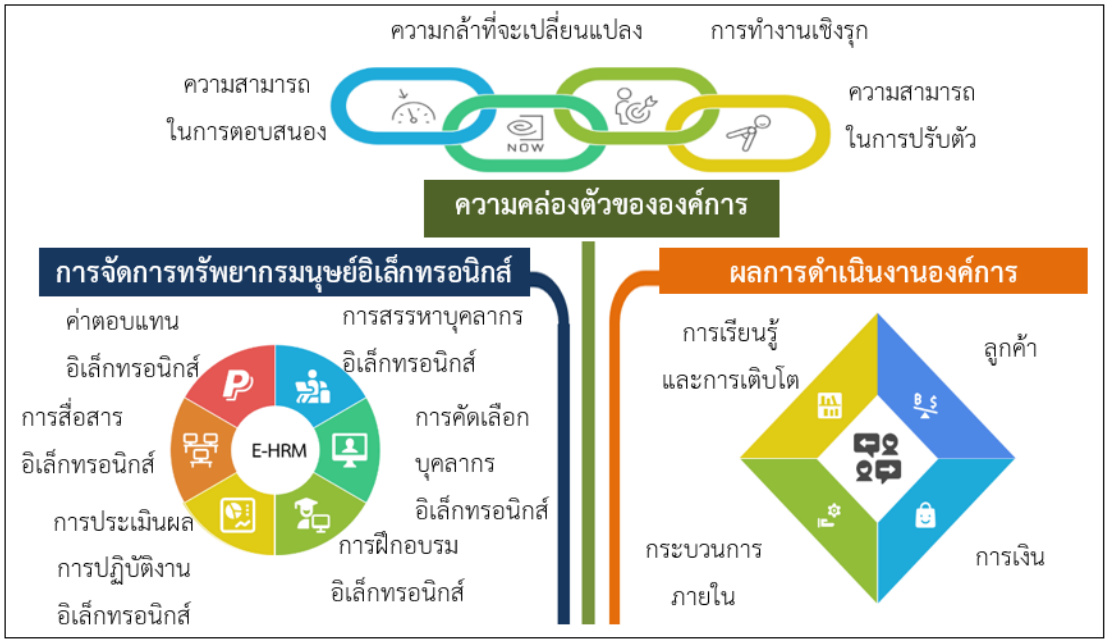
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความคล่องตัวขององค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถอธิบาย

ความแปรปรวนของความคล่องตัวขององค์การได้ 26.4% กล่าวคือ ธุรกิจอีคอมเมิร์ซมีลักษณะตลาดที่เปลี่ยนเร็วมาก การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ ช่วยให้สรรหาพนักงานชั่วคราว/ฟรีแลนซ์ได้รวดเร็ว ระบบบริหารสัญญาและค่าตอบแทนแบบยืดหยุ่น การเรียนรู้แบบทันเหตุการณ์ พัฒนาทักษะอย่างรวดเร็ว ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นในการทำงาน ทำให้การดำเนินงานมีความรวดเร็ว ยืดหยุ่น และคล่องตัวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ali et al., (2024) พบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความคล่องตัวขององค์การ ทำให้องค์การมีความยืดหยุ่นและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนผลการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 พบว่า ความคล่องตัวขององค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกรุงเทพมหานคร การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์และความคล่องตัวขององค์การสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานองค์การได้ 57% กล่าวคือ การประยุกต์ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ช่วยให้กระบวนการทำงานมีความถูกต้องและรวดเร็วมากขึ้น องค์การสามารถนำศักยภาพดังกล่าวไปสร้างความยืดหยุ่นและการปรับตัวที่รวดเร็ว และแปลงศักยภาพด้านบุคลากรไปสู่การยกระดับผลการดำเนินงานในเชิงแข่งขันได้อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Khammadee (2023) และ Javed et al. (2023) พบว่าความคล่องตัวขององค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาความคล่องตัวขององค์การเป็นตัวแปรคั่นกลางต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การของธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกรุงเทพมหานคร นำมาสู่การพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ผ่านกระบวนการสังเคราะห์ข้อมูลที่เกิดจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เปรียบเทียบผลการวิจัยแต่ละชิ้นเพื่อหาความสอดคล้อง ความแตกต่าง และช่องว่างของความรู้ ตลอดจนนำข้อมูลมาสังเคราะห์ ตีความ เพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ ทั้งนี้พบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานขององค์การ โดยมีความคล่องตัวขององค์การเป็นตัวแปรคั่นกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทางทฤษฎีและการปฏิบัติ ซึ่งแสดงในแผนภาพที่ 3 ดังนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงผังมโนทัศน์ความสัมพันธ์กันในทางทฤษฎีและการปฏิบัติของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ ความคล่องตัวขององค์การและผลการดำเนินงานองค์การ

จากแผนภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ ความคล่องตัวขององค์การและผลการดำเนินงานองค์การ ทั้งนี้จากองค์ความรู้ข้างต้นจะเห็นได้ว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ตลอดทั้งกระบวนการล้วนมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีฐานทรัพยากร กล่าวคือการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นทรัพยากรดิจิทัลที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารคนและข้อมูล เพื่อตอบสนองตลาดอีคอมเมิร์ซที่รวดเร็ว จนนำไปสู่ผลการดำเนินงาน ที่เหนือกว่าคู่แข่งอย่างยั่งยืน จึงกล่าวได้ว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ร่วมกับความคล่องตัวขององค์การผลักดันให้ผลการดำเนินงานขององค์การมีการเติบโตที่เพิ่มขึ้น

สรุป

การวิจัยนี้ให้ข้อสรุปที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารธุรกิจอีคอมเมิร์ซในปัจจุบัน ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง การจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ จึงไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือลดต้นทุน แต่มีบทบาทเชิงกลยุทธ์โดยส่งผลดีต่อผลการดำเนินงานองค์การโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้กระบวนการจัดการบุคคลรวดเร็วมีประสิทธิภาพ สามารถดึงดูดและรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพได้ อย่างไรก็ตามอิทธิพลที่น่าสนใจยิ่งกว่าคือการค้นพบว่าความคล่องตัวขององค์การ ทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางที่สำคัญ โดยมีการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยยกระดับความคล่องตัวขององค์การ ในการปรับตัวและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่ผันผวนของธุรกิจอีคอมเมิร์ซได้อย่างทันท่วงที ดังนั้นความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์

อิเล็กทรอนิกส์กับผลการดำเนินงานองค์การ จึงมิได้เกิดขึ้นโดยสมบูรณ์จากผลกระทบโดยตรงเท่านั้น แต่ยังต้องอาศัยกลไกของความคล่องตัวขององค์การเป็นสะพานเชื่อม เพื่อแปลงศักยภาพของเทคโนโลยีด้านทรัพยากรมนุษย์ ให้กลายเป็นความสำเร็จทางธุรกิจได้อย่างเต็มที่

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผู้บริหารควรยกระดับการลงทุนในระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์อิเล็กทรอนิกส์โดยมุ่งเน้นการเสริมสร้างความคล่องตัวขององค์การ พิจารณา E-HRM เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ เช่น ระบบการจัดการผลการปฏิบัติงานที่สามารถตั้งเป้าหมายและประเมินผลได้แบบเรียลไทม์ ระบบการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่สามารถปรับเปลี่ยนเนื้อหาได้รวดเร็วตามความต้องการของตลาด เพื่อให้บุคลากรมีความรู้และทักษะที่พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจอีคอมเมิร์ซอยู่เสมอ

1.2 กำหนดให้ความคล่องตัวขององค์การ เป็นตัวชี้วัดผลสำเร็จของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ วัดผลจากความสามารถของทีมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้รวดเร็ว นอกจากนี้ควรจัดทำโปรแกรมการพัฒนาภาวะผู้นำที่เน้นทักษะการตัดสินใจที่รวดเร็ว การยอมรับความล้มเหลวเพื่อการเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้างความคล่องตัวให้ฝังอยู่ในวัฒนธรรมองค์กร

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผู้วิจัยควรดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) กับผู้บริหารระดับสูงและผู้ปฏิบัติงานหลักในธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ควบคู่ไปกับวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อทำความเข้าใจถึงกลไกการทำงานภายในขององค์การ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สมบูรณ์ขึ้น อันจะนำไปสู่การออกแบบกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่เหมาะสมกับบริบทและสถานการณ์ที่องค์การกำลังเผชิญ

2.2 เลือกศึกษาตัวแปรคั่นกลางอื่น หรือตัวแปรปรับ (Moderator) ที่อาจมีอิทธิพลต่อความเข้มข้นของความสัมพันธ์ในแบบจำลอง โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่มีความหลากหลายสูง เช่น วัฒนธรรมองค์การ ภาวะผู้นำดิจิทัล ขนาดของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ประเภทของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่ใช้ เพื่อสะท้อนปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์การที่ชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (ตัวอย่าง)

กองข้อมูลธุรกิจ. (2568, มีนาคม). *แรงไม่หยุด-ฉุดไม่อยู่!! ธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ เติบโตต่อเนื่อง คนไทยซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม อี-คอมเมิร์ซ กว่า 67%*. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. https://www.dbd.go.th/news/73190467?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAAR1C9rBGXc5p4SNyBt-MSl2GHt2MLGSuFKR-dXOuY6WiubQEqlZQlqPsHK0_aem_AenNaKbdaQYGh7EawKh6yeyzawrKc8Yd1VQbtm2sTpj49KSXcf5DjnZAT1w7keMs7GVX5nEkfLrasnZ5k8EA01jD

Alborathy, A. A. S., Masmoudi, F., & Ismael, F. M. (2023). The role of entrepreneurial orientation in achieving strategic entrepreneurship with the mediating of organizational agility: An analytical study on some companies affiliated to the Iraqi ministry of agriculture. *International Journal of eBusiness and eGovernment*

Studies, *15*(1), 298-323. https://sobiad.org/menuscript/index.php/ ijebeg/article/view/1586/434

Ali, Q. M., Nisar, Q. A., & Ghazi, A. (2024). Enhancing organizational performance through E-HRM innovations: Unraveling the impact of organizational agility and sustainable competitive advantage. *Pakistan Journal of Science, 76*(02), 351-362. https://doi.org/10.57041/vol76iss02pp351-362

Alqarni, K., Agina, M. F., Khairy, H. A., Al-Romeedy, B. S., Farrag, D. A., & Abdallah, R. M. (2023). The effect of electronic human resource management systems on sustainable competitive advantages: The roles of sustainable innovation and organizational agility. *Sustainability*, *15*(23), 16382. https://doi.org/10.3390/su152316382

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, *17*(1), 99–120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(6), 1173-1182. https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

Çakmak, Z. (2023). Adapting to environmental change: The importance of organizational agility in the business landscape. *Florya Chronicles of Political Economy*, *9*(1), 67-87. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3068261

El-Emary, G. N. H. A., Hafez, E., & Roland, D. (2022). The impact of electronic human resource management (E-HRM) practices on human resource management service quality (HRMSQ): an applied study on the fast-moving consumer goods sector (FMCG) in multinational companies in Egypt. *Journal of Management and Strategy*, *13*(2), 25-36. https://doi.org/10.5430/jms.v13n2p25

Epebinu, O., Momoh, M., & Chidiebere, N. (2024). Electronic human resource management (E-HRM) and organizational commitment in a developing economy: The mediating effect of job satisfaction. *Journal of the Management Sciences*, *61*(8), 161-176. https://journals.unizik.edu.ng/jfms/article/view/5949

Gurbuz, F. G., & Hatunoglu, S. B. (2022). Assessment of organizational agility: adaptation and validation of the scale for application in turkey. *Journal of Management Marketing and Logistics*, *9*(1), 27-37. https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2022.1546

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Pearson Prentice Hall.

Hilton, S. K., Madilo, W., Awaah, F., & Arkorful, H. (2023). Dimensions of transformational leadership and organizational performance: the mediating effect of job satisfaction. *Management Research Review*, *46*(1), 1-19. https://doi.org/10.1108 /MRR-02-2021-0152

Javed, H. A., Nawaz, S., & Javed, H. A. (2023). Synthesis of success: Crafting sustainable performance through E-HRM innovation, organizational agility, and cultural harmony in SMEs. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, *11*(3), 3379–3395. https://doi.org/10.52131/pjhss.2023.1103.0621

Khammadee, P. (2023). The relationship between E-HRM practices and organizational performance: The mediating role of organizational agility and sustainable competitive advantage. *Asian Administration & Management Review*, *6*(1), 82-94. https://doi.org/10.14456/aamr.2023.8

Lee, C. F., Lee, J. C., & Lee, A. C. (2000). *Statistics for business and financial economics.* World Scientific.

Mohammed, A. A., & AL-Abrrow, H. (2023). The impact of empowering and transformational leadership on organizational performance and innovation: The mediating role of shared leadership and moderating role of organizational culture in the Iraqi healthcare sector. *International Journal of Organizational Analysis*, *31*(7), 3532-3552. https://doi.org/10.1108/IJOA-08-2022-3380

Otoo, F. N. K. (2024). Assessing the influence of financial management practices on organizational performance of small-and medium-scale enterprises. *Vilakshan-XIMB Journal of Management*, *21*(2), 162-188. https://doi.org/10.1108/XJM-09-2023-0192

Rehman, S. U., Bresciani, S., Giordino, D., & Abdulmuhsin, A. A. (2025). Exploring the role of knowledge management and organizational agility in an emerging market. *Journal of Innovation & Knowledge, 10*(5), 100761. https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100761

Sentoso, A., Junestin, J., & Nelson, A. (2024). The role of labour productivity in the influence of E-HRM on sustainability performance with organizational agility as a moderating variable in MSMEs. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, *8*(2), 318-332. https://doi.org/10.36555/almana.v8i2.2583

Sutha, J., & Thathsara, A. D. S. (2021). Investigating the influence of E-HRM practices on organizational performance: The mediating role of organizational agility (with special reference to financial institution). *International Journal of Engineering and Management Research*, *11*(1). https://doi.org/10.31033/ijemr.11.1.1

Van Thuong, C., & Singh, H. (2023). The impact of a balanced scorecard on enterprise performance in Ho Chi Minh City, Vietnam. *International Journal of Organizational Leadership*, *12*(2), 198-215. https://doi.org/10.33844/ijol.2023.60359

ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม

LOCAL WISDOM IN THE PRODUCTION OF KHANOM JA MONGKUT IN SAMUT SONGKHRAM PROVINCE

วีรยุทธ เปลี่ยนสำโรง, จุฑามาศ พีรพัชระ และเปรมระพี อุยมาวีรหิรัญ*
Weerayut Piansamrong, Chutamas Peeraphatchara and Premraphi Ooaymaweerahirun*
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
RajaMangala University of Technology Phra Nakhon
*Corresponding Author E-mail: Premraphi.o@rmutp.ac.th
Received August 27, 2025; **Revised** December 27, 2025; **Accepted** January 6, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม และศึกษาการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้ให้ข้อมูลคือปราชญ์ชาวบ้านผู้เชี่ยวชาญด้านขนมจ่ามงกุฎ ที่มีประสบการณ์การผลิตขนมจ่ามงกุฎอย่างน้อย 5 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้าง รวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ (1) การเตรียมส่วนผสม (2) การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ และ (3) การผลิต 2) การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ มีลักษณะการ สืบทอด 4 ด้าน ได้แก่ (1) การแสวงหาความรู้ (2) การจัดเก็บ (3) การประยุกต์ใช้ความรู้ (4) การถ่ายทอดความรู้ มี 3 วิธี (1) การบอกเล่า (2) การสาธิต (3) การปฏิบัติ งานวิจัยนี้ มีข้อเสนอแนะให้จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนม จ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม สร้างความตระหนักให้คนรุ่นใหม่เห็นความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และจัดการองค์ความรู้ให้เป็นระบบโดยบันทึกความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ด้วยวิธีการประมวลกลั่นกรองให้เป็นความรู้ที่ชัดแจ้ง และนำมาสู่การเผยแพร่ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่คนรุ่นหลังผ่านตัวบุคคลและสู่ผู้บริโภค

คำสำคัญ: ภูมิปัญญาท้องถิ่น, ขนมจ่ามงกุฎ, มรดกทางวัฒนธรรม, การถ่ายทอดความรู้, จังหวัดสมุทรสงคราม, ปรากฏการณ์วิทยา

Abstract

This qualitative research employed a phenomenological methodology with the objectives of studying the local wisdom and indigenous knowledge associated with the production of Khanom Ja Mongkut in Samut Songkhram Province and examining the transmission processes of local wisdom. The key informants were ten local artisans with at least five years of experience in producing Khanom Ja Mongkut. The research instruments consisted of unstructured in-depth interview questions, participant

observation. Data reliability was validated using triangulation techniques. The research findings revealed two main areas. First, the local knowledge related to Khanom Ja Mongkut production in Samut Songkhram can be categorized into three components: (1) ingredients preparation, (2) preparation of tools and equipment, and (3) the production process. Second, the transmission of this knowledge consists of four aspects: (1) knowledge acquisition, (2) knowledge storage, (3) knowledge application, and (4) knowledge transfer. The transfer of knowledge is conducted through three primary methods: (1) oral transmission, (2) demonstration, and (3) hands-on practice. This study suggests organizing activities to raise awareness and enhance the understanding of Khanom Ja Mongkut production among younger generations. It also recommends systematic documentation and the conversion of tacit knowledge into explicit forms to ensure sustainable knowledge management. Moreover, the research proposes that such knowledge should be disseminated through both direct transmission by experienced individuals and broader communication to the public. These approaches aim to preserve and promote the cultural heritage embedded in traditional Thai dessert-making, ensuring that it is passed the on effectively to future generation and continues to hold relevance in contemporary society.

Keywords: Local wisdom, Khanom Ja Mongkut, Cultural heritage, Knowledge transfer, Samut Songkhram Province, Phenomenology

บทนำ

ภูมิปัญญาเป็นสิ่งสะท้อนถึงรูปแบบวิถีชีวิต เชื้อชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศาสนา ความเชื่อ วัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมาจากอดีตสู่ปัจจุบัน (วิฆเนศวร ทะกอง และคณะ, 2566) จำแนกได้หลายประเภทรวมทั้งภูมิปัญญาอาหาร ซึ่งเป็นมรดกวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นและถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ถือเป็นภูมิปัญญาของครอบครัวและชุมชน (ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ และมีนา ระเด่นอาหมัด, 2564) สื่อถึงอัตลักษณ์เฉพาะตัวในการสร้างตัวตนของชุมชนให้มีลักษณะเด่นควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยนำภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าให้เกิดรายได้ร่วมกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน (พระครูใบฎีกา วิชาญวิสุทโธ และภักดี โพธิ์สิงห์, 2565) แต่หากพิจารณาภูมิปัญญาบางด้านพบว่ามีผู้ถ่ายทอดน้อยลง เนื่องจากเป็นศาสตร์ที่ละเอียดอ่อน มีขั้นตอนการทำหลากหลาย เป็นความลับของแต่ละวงศ์ตระกูลและไม่สืบทอดแก่ผู้อื่นโดยเฉพาะภูมิปัญญาด้านอาหารและขนมไทยที่ขาดผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะ (ธนวิทย์ ลายิ้ม และคณะ, 2567) ในการถ่ายทอดภูมิปัญญาขนมไทย เป็นการแบ่งปันความรู้อย่างไม่เป็นทางการ ผู้รู้ถ่ายทอดแก่ศิษย์ ส่วนครอบครัวถ่ายทอดจากแม่สู่ลูกและเครือญาติ (พันธ์จิตต์ สีเหนี่ยง และคณะ, 2562) สุวรรณา เขียวภักดี และชัยณรงค์ ศรีรักษ์ (2564) พบว่าปัจจุบันสังคมเปลี่ยนแปลงค่านิยมและวัฒนธรรมสมัยใหม่แพร่กระจายสู่ชุมชน จึงกระทบต่อบทบาทของขนมไทยที่เปลี่ยนไป ความเข้มงวด

ต่อความเชื่อความศรัทธาศาสนาและประเพณีลดลง ภูมิปัญญาขนมไทยพื้นบ้านจึงตกอยู่ในสภาวะเสี่ยงต่อการสูญหาย โดยดาวรถา วีระพันธ์ และคณะ (2564) กล่าวว่า สภาพปัญหาการถ่ายทอดภูมิปัญญาเชิงวิทยาศาสตร์ผลิตภัณฑ์อาหารชุมชนขาดความเป็นระบบ โดยเป็นการบอกเล่าในครัวเรือน ผู้ถ่ายทอดไม่ทราบหลักการวิทยาศาสตร์ของการถนอมอาหาร แต่สืบทอดต่อกันอย่างต่อเนื่องจากประสบการณ์โดยตรงและเยาวชนในชุมชนมีความสนใจน้อยลงที่จะรับการถ่ายทอดเนื่องจากเข้ามาทำงานประจำในเมือง

ขนมจ่ามงกุฎจังหวัดสมุทรสงคราม เป็นขนมท้องถิ่นขึ้นชื่อของจังหวัด พบปัญหาการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นดังกล่าว โดยพบว่า การทำขนมจ่ามงกุฎ มีการถ่ายทอดและเรียนรู้อยู่ในวงแคบ ผู้ถ่ายทอดมีจำนวนน้อยลง ส่วนผู้รับความรู้มีจำกัด เนื่องจากขั้นตอนการทำซับซ้อนต้องอาศัยความชำนาญ หากไม่มีความรู้และประสบการณ์ ย่อมทำให้ขนมที่ได้ไม่สมบูรณ์ตามที่ต้องการ จึงทำให้มีการผลิตจำนวนไม่มากนัก ลูกหลานในครอบครัวสนใจรับการถ่ายทอดน้อยลง โดยการถ่ายทอดเป็นลักษณะรุ่นสู่รุ่น ขาดการดำเนินการอย่างเป็นระบบ แม้จะมีผู้สืบทอดอยู่บ้าง แต่ไม่สามารถนำข้อมูลมาเผยแพร่ให้เป็นที่รับรู้ของคนทั่วไปได้ (วรรณี ภมร, การสื่อสารส่วนบุคคล, 22 มิถุนายน 2568)

บทความนี้ นำเสนอประเด็นภูมิปัญญาการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีเป้าหมายในการรวบรวมและเก็บบันทึกข้อมูลองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำขนมจ่ามงกุฎให้คงอยู่แก่ผู้สืบทอด ทำให้เข้าถึงความรู้ได้ง่ายขึ้น ลดการขาดแคลนแหล่งเรียนรู้ สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ในระยะยาว และใช้ประโยชน์ในการสร้างและพัฒนาอาชีพของชุมชนในพื้นที่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อศึกษาการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม

การทบทวนวรรณกรรม

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เป็นความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้ของชาวบ้าน สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งทางตรงจากประสบการณ์ตนเอง และทางอ้อมผ่านการถ่ายทอดจากผู้รู้ในชุมชน ภูมิปัญญาชาวบ้านจึงเป็นองค์ความรู้ที่ชาวบ้านคิดขึ้นเองและใช้แก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน อาศัยศักยภาพของตนในการจัดการและปรับตัวให้เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่นและยุคสมัย จึงเป็นคลังความรู้และประสบการณ์ที่ใช้ในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข สอดคล้องกับบริบทของแต่ละยุคสมัย ผ่านกระบวนการถ่ายทอดจากบุคคลและสถาบันที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม ศาสนา และวัฒนธรรม จึงเป็นรากฐานที่สำคัญของสังคมท้องถิ่น ซึ่งชุมชนได้ร่วมกันสืบสานและปฏิบัติมายาวนาน (ฉวีวรรณ สุวรรณาภา และคณะ, 2560) จิติยาภรณ์ เชาวรากุล (2564) สรุปว่า องค์ประกอบของการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ การกำหนดองค์ความรู้ การบันทึกและจัดเก็บองค์ความรู้ การแสวงหาองค์ความรู้ การเชื่อมโยงและถ่ายทอดความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การบันทึกและการจัดเก็บองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นตามลำดับ และกลไกการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำขนมไทยมีวิธีการถ่ายทอด 4 วิธี ประกอบด้วย การสาธิต การบอกเล่า การปฏิบัติ และการเรียนรู้ (ฐิติวัฒน์ เพชรถิรสวัสดิ์, 2566)

2. ขนมจ่ามงกุฎ

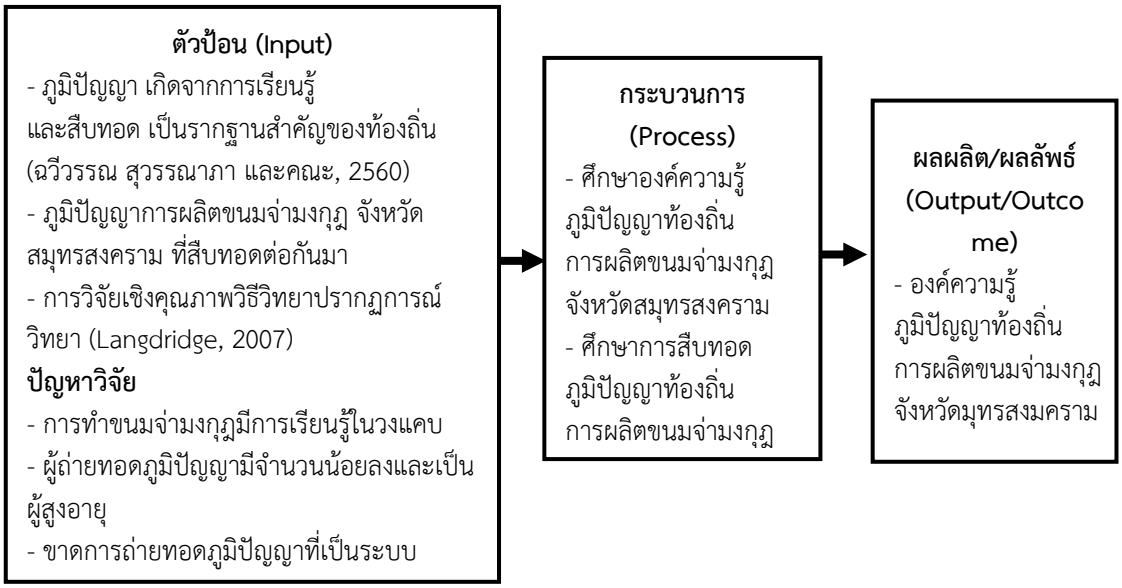
เป็นภูมิปัญญาของผู้รู้ในจังหวัดสมุทรสงคราม ที่สืบทอดกันภายในครอบครัว ใช้วัตถุดิบจากแหล่งธรรมชาติในชุมชนผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนตามยุคสมัย ทำจากแป้งข้าวเหนียวกวนกับกะทิและน้ำตาลทราย ห่อด้วยใบตองตากแดด วางเมล็ดแตงโมคั่วด้านบน ทรงขนมเล็กพอดีคำ เนื้อขนมมีสีเขียวอ่อน เมื่อนำมาตากแดดขนมจะมีลักษณะเนื้อหนึบ กรอบนอกนุ่มใน ไม่ติดมือ รสหวานมัน มีกลิ่นหอมของใบตอง ปัจจุบันพบว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำขนมจ่ามงกุฎ มีการถ่ายทอดและเรียนรู้อยู่ในวงแคบลูกหลานในครอบครัวสนใจรับการถ่ายทอดน้อยลง จึงควรมีการรวบรวมองค์ความรู้นี้ไว้ให้คงอยู่

3. จังหวัดสมุทรสงคราม

มีความหลากหลายทางภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งด้านความสัมพันธ์กับธรรมชาติ สังคม และสิ่งเหนือธรรมชาติ โดยเฉพาะอาชีพการทำสวน ประมง ทำเกลือ ทำน้ำตาลมะพร้าว แปรรูปจากสัตว์น้ำและอาหารคาวหวาน ความรู้เหล่านี้ถ่ายทอดจากปราชญ์ท้องถิ่นหรือครอบครัวที่สืบทอดกันมา แสดงให้เห็นถึงศักยภาพผู้คนทั้งวิธีคิดและการปฏิบัติตนและการแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน เพื่อให้สามารถดำรงอยู่และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ สภาพแวดล้อม มรดกภูมิปัญญาเหล่านี้เป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมีความหมายต่อท้องถิ่น ช่วยสร้างความสมดุลระหว่างคนกับธรรมชาติ สร้างความสัมพันธ์ของคนในสังคม ให้สามารถดำรงตนและปรับเปลี่ยนให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (สำราญ ผลดี และคณะ, 2564)

สรุป ภูมิปัญญาท้องถิ่นคือ องค์ความรู้จากประสบการณ์ชาวบ้านที่สืบทอดรุ่นสู่รุ่น ใช้แก้ปัญหาและดำรงชีวิตให้สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น ขนมจ่ามงกุฎเป็นภูมิปัญญาจังหวัดสมุทรสงครามใช้วัตถุดิบในชุมชน มีเอกลักษณ์ รสชาติ และวิธีทำเฉพาะ แต่การถ่ายทอดเริ่มจำกัด หากไม่รวบรวมองค์ความรู้อาจสูญหายไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยจังหวัดสมุทรสงครามมีภูมิปัญญาหลากหลายด้านอาหาร แสดงถึงศักยภาพชุมชนในการปรับตัวและอยู่ร่วมกับธรรมชาติ ภูมิปัญญาเหล่านี้มีคุณค่าต่อท้องถิ่น ช่วยสร้างความสมดุลทางสังคมและการดำรงชีวิต โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัยตามแผนภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) ที่มุ่งทำความเข้าใจประเด็นหลักเกี่ยวกับปรากฏการณ์ในชีวิตมนุษย์ (Langdridge, 2007) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลภูมิปัญญาการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงครามตามภูมิปัญญาท้องถิ่น มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1) ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ปราชญ์ชาวบ้านผู้เชี่ยวชาญด้านขนมจ่ามงกุฎ ชุมชนบ้านคลองดอน ชุมชนบ้านบางวันทองใน ชุมชนบ้านบางจาก ชุมชนบ้านบางพลับ และชุมชนบ้านดาวดึงศิลป์ ที่มีประสบการณ์การผลิตขนมจ่ามงกุฎอย่างน้อย 5 ปี จำนวน 10 คน จาก 5 ชุมชน ๆ ละ 2 คน ในการพิจารณาขนาดตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมของสถานการณ์ สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้ผู้ให้สัมภาษณ์ประมาณ 5-30 บุคคล (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559)

2) เครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แนวคำถามการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) แบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ ตอนที่ 2 การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ผ่านการพิจารณาของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญในชุมชน และปรับปรุงก่อนลงพื้นที่เก็บข้อมูล 2) เครื่องบันทึกเสียง มีความสำคัญในการสัมภาษณ์ เพราะการบันทึกเสียงไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด จึงต้องใช้เครื่องมือช่วยให้ข้อมูลครบถ้วน 3) สมุดจดบันทึก เพื่อจดรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม

3) วิธีรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ให้ผู้ให้ข้อมูลตอบอย่างอิสระ ผู้สัมภาษณ์มีหน้าที่รับฟัง รวบรวมประเด็นที่ต้องการ ใช้วิธีการสื่อสารตรงประเด็นและตรงเป้าหมาย บันทึกเสียงและจดบันทึกข้อมูลการชั่ง ตวงส่วนผสม ขั้นตอนการทำ เทคนิค และปริมาณขนมสำเร็จ

4) การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการถอดเทปบทสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ อ่านข้อมูล การทำความคุ้นเคยกับข้อมูล การทำให้เกิดข้อมูลเบื้องต้น ด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) โดยการจัดกลุ่ม เรียบเรียงข้อมูล สังเคราะห์เนื้อหาและสรุปประเด็นสำคัญ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ งานวิจัยนี้ ได้อ้างอิงผู้ให้ข้อมูลหลักปราชญ์ชาวบ้านผู้เชี่ยวชาญด้านขนมจ่ามงกุฎด้วยสัญลักษณ์ PL ตามด้วยหมายเลขผู้ให้ข้อมูลในการนำเสนอผลการวิจัย โดยใช้สัญญาลักษณ์ PL1-PL10 ตามลำดับ

5) การตรวจความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยใช้วิธีตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลหลักต่างกัน ซึ่งหากผู้วิจัยพบว่า ข้อค้นพบหรือผลการสัมภาษณ์ที่ได้เหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ได้มีความถูกต้อง (บุษกร เชี่ยวจินดากานต์, 2561)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การเตรียมส่วนผสม การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ และการผลิต ดังนี้

ด้านที่ 1 การเตรียมส่วนผสม เป็นขั้นตอนสำคัญในการผลิตขนมจ่ามงกุฎ มีการผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนตามยุคสมัย จำแนกได้ 5 ชนิด คือ 1) แป้งข้าวเหนียว ในอดีตนิยมใช้แป้งสดจากการโม่ข้าวเหนียวเก่า ด้วยวิธีแช่และโม่ด้วยโม่หิน ได้แป้งเนื้อละเอียดเหมาะสมกับการกวน บางครอบครัวใช้แป้งข้าวเหนียวชนิดเกล็ด ปัจจุบันนิยมใช้แป้งข้าวเหนียวสำเร็จรูปเพื่อความสะดวก โดยเลือกใช้แป้งเก่า

เพราะกวนง่าย ไม่เหลว และคงรูปได้ดี 2) กะทิ ในอดีตจะขูดและคั้นกะทิจากมะพร้าวสีก้ามปูหรือมะพร้าวห้าว เพื่อให้ได้หัวกะทิเข้มข้นและไม่มีกลิ่นหืน ปัจจุบันนิยมสั่งหัวกะทิสดจากร้าน โดยเลือกใช้มะพร้าวขูดขาวไม่ผสมน้ำเพื่อให้ได้คุณภาพใกล้เคียงแบบโบราณ ทั้งนี้ ปริมาณกะทิส่งผลต่อเนื้อสัมผัสด้านความนุ่ม เหนียว ความมัน ความใส และสีของขนม 3) น้ำตาลทราย เปลี่ยนจากน้ำตาลทรายขาวตักขายเป็นน้ำตาลทรายขาวบรรจุถุงสำเร็จรูป ซึ่งช่วยให้ขนมมีสีขาว ใส และขึ้นเงา แม้ราคาจะสูงขึ้น แต่ยังคงเลือกใช้เพื่อคงคุณภาพของขนม 4) กลิ่นและสี สูตรดั้งเดิมใช้กลิ่นจากน้ำลอยดอกไม้ เช่น มะลิ กระดังงา ร่วมกับกลิ่นนมแมวเพื่อแต่งกลิ่น ขนมที่ได้มีสีขาวนวล ปัจจุบันปรับใช้ “น้ำใบเตย” เพื่อเพิ่มกลิ่นหอมและสีเขียวธรรมชาติ และใช้น้ำดอกอัญชันเพื่อให้สีม่วง ช่วยเพิ่มสีสันและทันสมัยมากขึ้น 5) หน้าขนม เดิมใช้ถั่วลิสงคั่วซอย ซึ่งให้รสชาติหอมมัน แต่มีข้อจำกัดด้านการเก็บรักษาเนื่องจากกลิ่นหืนง่าย ปัจจุบันใช้เมล็ดแตงโมคั่วเพราะเก็บได้นาน ไม่เหม็นหืน และเป็นที่นิยมในตลาด แม้จะมีราคาสูงขึ้น

PL1 “...รุ่นแม่ป้าทำเมื่อ 50 ปีก่อน ใช้แป้งข้าวเหนียวแบบเกล็ดชั่งกิโลขายถุงละ 6 บาท ต้องละลายกับกะทิก่อน มา 30 ปีหลัง สะดวกขึ้นป้าใช้แป้งแบบผงของตราช้างสามเศียร ราคาก็ 45 บาทแล้ว ใช้แป้งเก่ามันกวนง่าย กวนไม่นาน ถ้าเป็นแป้งใหม่จะเหลว กวนนานกว่า...”

PL2 “...เมื่อ 30 ปีก่อน ซื้อแบบตักขายแต่ต้องเป็นน้ำตาลทรายขาวเพราะทำให้ขนมสีสวย ตอนนั้นราคาถูกกิโลละ 8 บาท เดี๋ยวนี้ 25 บาท ป้าชอบยี่ห้อมิตรผล ทำขนมแล้วเนื้อใส เงาสวยดี...”

สรุป การเปลี่ยนแปลงส่วนผสมเป็นสิ่งแสดงถึงการปรับตัวของภูมิปัญญา 3 ระดับ ได้แก่ การรักษาหลักการเดิมโดยเปลี่ยนจากแป้งโม่เป็นแป้งสด การเพิ่มสีจากใบเตยเพื่อความทันสมัย และการใช้เมล็ดแตงโมแทนถั่วลิสงเพื่อความคงทน มีข้อมูลเปรียบเทียบส่วนผสมในอดีตและปัจจุบันตามตารางที่ 1 และแผนภาพที่ 2

ตารางที่ 1 แสดงส่วนผสมการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม

ส่วนผสม	อดีต	ปัจจุบัน
แป้งข้าวเหนียว	แป้งข้าวเหนียวโม่สด, แป้งชนิดเกล็ด	แป้งข้าวเหนียวผงสำเร็จรูป
กะทิ	ใช้มะพร้าวในสวนขูดและคั้นกะทิสด	กะทิคั้นสดสำเร็จรูปจากร้าน
น้ำตาลทราย	น้ำตาลทรายชั่งกิโลกรัมขาย ไม่มียี่ห้อ	น้ำตาลทรายมียี่ห้อ หาซื้อง่าย
น้ำใบเตย	ใช้กลิ่นนมแมว ดอกไม้สดแต่งกลิ่นขนม	ใช้น้ำใบเตย แต่งสีและกลิ่น
หน้าขนม	ใช้ถั่วลิสงคั่วซอยแต่งหน้าขนม	ใช้เมล็ดแตงโมคั่วแต่งหน้าขนม



ขนมจ่ามงกุฎ อดีตไม่ใส่น้ำใบเตย (สีขาว) ขนมจ่ามงกุฎ ปัจจุบันใส่น้ำใบเตย (สีเขียว)

แผนภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างขนมจ่ามงกุฎในอดีตและปัจจุบัน

ด้านที่ 2 การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ เป็นส่วนสำคัญในการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จำแนกได้ 3 ส่วน

2.1 การเตรียมภาชนะและอุปกรณ์ มีผลต่อคุณภาพของขนม โดยเฉพาะสีและการไม่ติดกระทะ นิยมใช้กระทะทองเหลืองเนื่องจากถ่ายเทความร้อนสม่ำเสมอ ไม่ทำให้ขนมเปลี่ยนสี ส่วนกระทะใบบัวหาได้ง่ายแต่ต้องขัดสารเคลือบก่อนใช้เพื่อป้องกันการเปลี่ยนสีของขนม เมื่อใช้งานต่อเนื่องจะมีคุณสมบัติดีขึ้นแต่บางลง อุปกรณ์กวนขนม นิยมใช้ตะหลิวสแตนเลสเพราะสะดวก ขณะที่ไม้พายแสดงถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมและบางรายดัดแปลงด้วยการติดแผ่นเหล็กเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ โดยการเลือกภาชนะและอุปกรณ์ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติวัสดุ ความถนัด และความต่อเนื่องทางวัฒนธรรม

2.2 การเตรียมใบตองสำหรับห่อขนมจ่ามงกุฎ แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเลือกใบตอง ในอดีตจะใช้ยอดตองอ่อนเพราะมีกลิ่นหอม ปัจจุบันปรับมาใช้ใบตองตานีอ่อน เพราะสะดวก หาง่าย มีกลิ่นหอมและทนทานต่อการห่อ โดยเลือกใบที่ 1–4 รองจากยอดตองอ่อน (ถ้ามี 5 ทางให้ตัด 3 ทางถ้ามี 4 ทางให้ตัด 2 ทาง) 2) การลนไฟ ด้วยกาบมะพร้าว กาบกล้วยแห้ง หรือเตาถ่าน เพื่อให้ใบตอง “สลด” สีเสมอกัน และได้สีเขียวนวลหรือขาวนวลสวย (ไม่ใช้เตาฟืนเพราะใบตองจะออกสีแดง) 3) การตากแดดใบตองที่ผ่านการลนไฟ จะต้องนำไปตากแดด 1–2 วันเพื่อให้ใบตองแห้ง กลิ่นควันไฟจะระเหยหมด และใบตองจะขึ้นนวลขาว 4) การเตรียมก่อนใช้งาน (1) ฉีกใบตองให้ได้ขนาดพอดี (2) วางซ้อนกันแล้วใช้ไม้หรือกระดานที่มีน้ำหนักกดทับให้เรียบ บางครั้งรีดด้วยเตารีดไฟฟ้าหรือใช้ถาดวางบนเตาถ่าน (แบบดั้งเดิม) เพื่อให้เรียบ (3) เช็ดให้สะอาด (4) เก็บใส่กล่องทิ้งไว้ข้ามคืน เพื่อให้ใบตองนุ่มและพร้อมใช้ 5) ตัดใบตองให้มีขนาดประมาณ 2 ½ x 5 นิ้ว หรือ 2 x 4 นิ้ว แล้วแต่ขนาดของขนมที่ใช้ห่อ

PL4 “...ต้องใช้ใบตองตานีอ่อน ตอนนี้หายากมีน้อย ปรับใช้ใบตองอ่อนแทน เลือกใบที่ 3-4 รองจากยอดตองอ่อน ลนไฟด้วยเตาถ่านให้สลด สีเสมอกัน ตากแดดให้แห้ง ฉีกเป็นแผ่น เช็ดให้สะอาด เอาไม้ที่มีน้ำหนักมาทับให้เรียบ เก็บใส่กล่องไว้ 1 คืน ให้ใบตองนุ่ม ทำไว้ทีละเยอะ ๆ ไว้ใช้ได้...”

2.3 การเตรียมไม้กลัดสำหรับห่อขนมจ่ามงกุฎ ใช้ไม้กลัดทำจากไม้ไผ่ ซึ่งมีความเหนียวและเหมาะสำหรับการห่อขนม โดยนำไม้ไผ่เหลาเป็นเส้นเล็ก ตากแดด และตัดให้ได้ขนาด หรือใช้เศษจากกระบอกข้าวหลามเพื่อลดของเสียในครัวเรือน แสดงให้เห็นถึงการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า ปัจจุบันมีการเปลี่ยนมาใช้ไม้กลัดสำเร็จรูปที่จำหน่ายทั่วไป เพื่อลดภาระงาน แม้บางครัวยังคงผลิตเองในจำนวนที่น้อยลง โดยก่อนใช้งานมีการคั่วไฟเพื่อขจัดเสี้ยนไม้ กลิ่นอับ และช่วยยืดอายุการใช้งาน

PL7 “...เมื่อ 30 ปีที่แล้ว จะใช้ไม้ไผ่สีสุก เพราะเหนียวทน เวลากลัดไม่หักง่าย เอาไม้ไผ่สดมาเหลาให้เป็นเส้นเล็กตากแดดให้แห้งแล้วใช้กรรไกรตัด เดี๋ยวนี้ไม่ต้องทำเพราะมีคนทำขายกิโลกรัมละ 400 บาท แต่บางทีป้าก็ใช้ไม้ไผ่จากกระบอกข้าวหลามที่เหลือ มาทำไม้กลัดก็ดีใช้ได้เหมือนกัน...”

ด้านที่ 3 การผลิต มี 8 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเตรียมส่วนผสมหลัก ประกอบด้วย แป้งข้าวเหนียว หัวหรือหางกะทิ น้ำใบเตย น้ำตาลทราย บางสูตรเตรียมน้ำเชื่อมจากน้ำตาลเคี่ยวก่อนใช้ เตรียมน้ำใบเตยเพื่อเพิ่มกลิ่นหอมและสีธรรมชาติ และเตรียมหัวกะทิ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ สำหรับนวดแป้งและคลายแป้ง 2) การผสมแป้ง โดยผสมแป้งข้าวเหนียวกับกะทิและน้ำใบเตย นวดให้เข้ากัน ไม่ให้แป้งเป็นเม็ด บางสูตรใช้วิธีเคี่ยวหัวกะทิกับน้ำตาลก่อน แล้วจึงผสมแป้งภายหลัง 3) การกวนแป้ง โดยตั้งไฟอ่อน–ปานกลาง กวนต่อเนื่องโดยไม่ให้แป้งจับตัวเป็นก้อน จนเนื้อเนียนจึงทยอยใส่น้ำตาลทีละส่วน (0.5 กก. ต่อครั้ง) เพื่อป้องกันน้ำตาล “รัดแป้ง” ซึ่งอาจทำให้แป้งสุกช้าและเนื้อขนมแข็งกระด้าง ใช้เวลาเฉลี่ย 2–3 ชั่วโมง 4) การตรวจสอบความสุกของเนื้อขนม มีหลายวิธี เช่น ใช้ตะหลิวตักเนื้อขนมขึ้นแล้วเทกลับลง หากเนื้อไหลเป็นสายต่อเนื่องไม่ขาด เรียกว่า “ยกพอดี” หากเนื้อขนมยังเหลว เรียกว่า

ยกอ่อน ใช้ไม่ได้เนื้อจะติดใบตอง ถ้ากวนนานเกินไป เรียกว่ายกแก่ เนื้อจะแข็งเป็นก้อน ใช้ไม่ได้เช่นกัน หรือตรวจสอบโดยใช้นิ้วมือแตะขนม หากไม่ติดนิ้วถือว่าใช้ได้ 5) การพักขนมก่อนห่อให้อุ่น จะทำให้ห่อได้ง่ายกว่าแป้งเย็น ซึ่งแป้งจะเหนียวและห่อยาก 6) การห่อขนม ใช้ใบตองรูปทรงต่าง ๆ เช่น ทรงเตี้ย หรือทรงมงกุฎไทย (สี่เหลี่ยมผืนผ้า) ทรงหน้าอิฐ (คล้ายก้อนอิฐ) กลัดด้วยไม้กลัด 7) การตากขนมหรืออบแห้ง ตากแดดโดยเฉลี่ย 1–2 วัน ขึ้นอยู่กับความแรงของแดดหากแดดแรงมาก ใช้เวลา 3 ชั่วโมงถึงครึ่งวัน ในฤดูฝนจะใช้ตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์หรือประดิษฐ์เตาอบจากลังกระดาษ ใช้ความร้อนจากหลอดไฟช่วยให้แห้งทั่วถึง วิธีสังเกตว่าแห้งพอดีคือแป้งจะร่อนจากใบตอง 8) การบรรจุและการเก็บรักษา บรรจุในถุงซีลหรือถุงจีบเย็บแม็กซ์ (ปัจจุบันเลิกใช้ถุงร้อนมัดหนังยาง) เก็บได้ 15–30 วัน ขนมที่ผลิตในฤดูฝนจะมีปัญหาความชื้น ทำให้เหม็นหืนหรือขึ้นราได้ง่าย การผลิตสรุปตามแผนภาพที่ 3



1. การเตรียมส่วนผสม 2. การผสมแป้ง 3. การกวนแป้งให้มีลักษณะข้น
4. การเติมน้ำตาลในเนื้อขนม 5. การตรวจสอบเนื้อขนม 6. การพักเนื้อขนมสำหรับห่อ
7. การห่อขนม 8. การทำแห้งขนม 9. การบรรจุภัณฑ์

แผนภาพที่ 3 แสดงขั้นตอนการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม

วัตถุประสงค์ที่ 2 การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม สามารถจำแนกออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

1) การแสวงหาความรู้ เป็นการเรียนรู้และสืบทอดจากบุคคลในครอบครัว ชุมชน ผ่านประสบการณ์โดยตรง จากการช่วยงานในครอบครัวหรือชุมชน ด้วยวิธีการสังเกตครูพักลักจำ

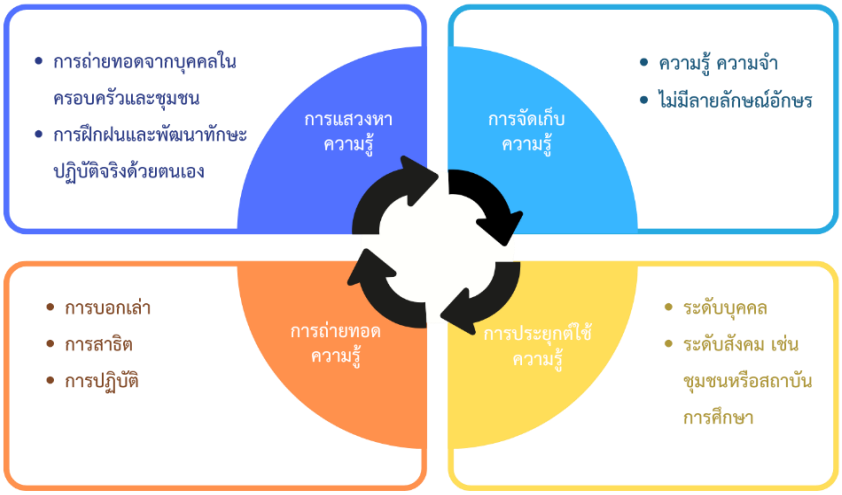
ขั้นตอนการทำและลงมือปฏิบัติจริง ผ่านการฝึกฝนและทดลองทำจนเกิดทักษะความชำนาญจนสามารถทำได้

2) การจัดเก็บความรู้ ยังไม่เป็นระบบ เพราะไม่ได้มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร แต่ใช้วิธีการจดจำ และลงมือปฏิบัติจริงเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแทน

3) การประยุกต์ใช้ความรู้ เป็นการนำองค์ความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการประยุกต์ใช้ความรู้ในระดับบุคคล เช่น การผลิตเพื่อจำหน่ายสร้างรายได้แก่ตนเอง เป็นสิ่งบ่งบอกถึงความรู้ความสามารถในการผลิตของบุคคล และการประยุกต์ใช้ความรู้ในระดับสังคม เช่น การสาธิต การฝึกปฏิบัติ โดยเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกที่สนใจเข้ามาเรียนรู้ ทั้ง นักเรียน นักศึกษา ผู้สนใจทั่วไป โดยแสดงเจตนารมณ์ชัดเจนว่าหากมีผู้สนใจ สามารถมาขอเรียนรู้ได้

4) การถ่ายทอดความรู้ มี 3 ขั้นตอน คือ (1) การบอกเล่า เป็นวิธีการเล่าข้อมูลต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น โดยอธิบายหรือถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในรูปของคำพูด เป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ภายในครอบครัวเป็นหลัก (2) การสาธิต คือการแสดงหรือทำพร้อมกับการบอกหรืออธิบายเพื่อให้ได้ประสบการณ์ตรง ทำให้เข้าใจวิธีการ ขั้นตอนอย่างละเอียด สามารถปฏิบัติได้ หากมีข้อสงสัยสามารถสอบถามได้โดยตรง (3) การปฏิบัติ เป็นการลงมือทำจริงในสถานการณ์ที่เป็นอยู่ โดยคอยแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไข เพื่อให้กระบวนการปฏิบัติถูกต้องตามขั้นตอน ได้เรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ทีละน้อย ทำให้ผู้สืบทอดเกิดความรู้และทักษะการผลิตได้โดยตรงจากการลงมือปฏิบัติจริง

จากการวิเคราะห์ผลดังกล่าว สามารถสรุปได้ดังแผนภาพที่ 4



แผนภาพที่ 4 แสดงลักษณะการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม

1) การเลือกใช้วัตถุดิบการผลิตขนมจ่ามงกุฎ แสดงถึงการปรับตัวตามบริบทยุคสมัยด้านความสะดวก การเก็บรักษา และความนิยมของผู้บริโภค ขณะเดียวกันยังคงรักษาหลักการของสูตรดั้งเดิมไว้ เพื่อคงรสชาติเอกลักษณ์และคุณภาพของขนม อาจเป็นเพราะผู้บริโภคในยุคใหม่มีความชอบแตกต่างจากอดีต เช่น ต้องการขนมที่หวานน้อยลง ทำให้มีการปรับวัตถุดิบให้ตอบโจทย์มากขึ้น

สอดคล้องกับ วิฆเนศวร ทะกอง และคณะ (2566) พบว่าการปรับตัวของอาหารท้องถิ่นตามยุคของการท่องเที่ยวแม้ไม่ได้อิงตำราแบบดั้งเดิม แต่ยังคงไว้ซึ่งคุณค่าความหมายและวัตถุดิบท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของจังหวัด ทำหน้าสะท้อนอัตลักษณ์ตัวตนของคนเมืองจันท์ สอดคล้องกับ จรัสสินี สุวีรานนท์ และคณะ (2565) พบว่า ร้านค้าสมัยใหม่ที่ปรับปรุงสูตรให้เข้ากับวัตถุดิบและกระแสนิยม ทำให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา โดยใช้วัตถุดิบสมัยใหม่แต่มีรสสัมผัสใกล้เคียงของเดิม เพื่อสร้างความแปลกใหม่

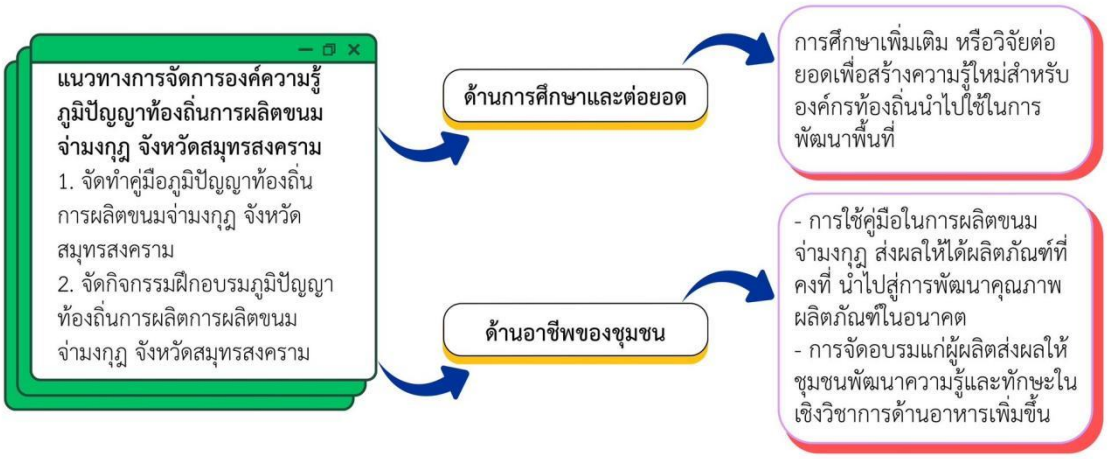
2) การเตรียมอุปกรณ์สำหรับการผลิตขนมจ่ามงกุฎ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผสานความรู้ดั้งเดิมเข้ากับการปรับตัวให้เหมาะสมกับบริบทปัจจุบัน ทั้งด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ความสะดวกในการผลิตและการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น อาจเป็นเพราะชุมชนต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมควบคู่ไปกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งแสดงถึงความยืดหยุ่นและความลึกซึ้งของภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับ สุธิดา ไกรเกต และคณะ (2563) พบว่า องค์ความรู้การเตรียมวัสดุอุปกรณ์การทำขนมจากในชุมชน คือการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติทั้งผลผลิตทางการเกษตร การใช้ประโยชน์จากต้นไม้ในการเป็นภาชนะห่ออาหารหรือขนม สอดคล้องกับ ศศิธร ศรีทองเพิง และจุฑามาศ พีรพัชระ (2567) ศึกษาภูมิปัญญาอาหารชุมชนกุฎีจีน พบว่า ด้านวัฒนธรรมการใช้อุปกรณ์การทำอาหารและภาชนะที่มีการปรับเปลี่ยนตามสมัยนิยม

3) ขั้นตอนการผลิตขนมจ่ามงกุฎ แบ่งเป็น 8 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเตรียมส่วนผสม 2) การผสมแป้ง 3) การกวนแป้ง 4) การตรวจสอบความสุกของเนื้อขนม 5) การพักขนมก่อนห่อ 6) การห่อขนม 7) การตากขนมหรืออบแห้ง และ 8) การบรรจุและการเก็บรักษา โดยมีความสัมพันธ์ตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบจนถึงการเก็บรักษา แต่ละขั้นตอนมีผลต่อคุณภาพด้านกายภาพ รสชาติ อายุการเก็บ และความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะขนมไทยที่ต้องอาศัยทักษะประณีตและการควบคุมกระบวนการอย่างพิถีพิถัน เพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับ ธนวิทย์ ลายิ้ม และคณะ (2567) พบว่า ขั้นตอนการผลิตขนมทองหยิบเป็นรายละเอียดแสดงถึงวิธีการและเทคนิค ผู้ผลิตควรศึกษา ค้นคว้าหาความรู้ และแนวทางปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าใจกระบวนการและขั้นตอนการผลิตอย่างถูกต้อง แบ่งเป็น 14 ขั้นตอน สอดคล้องกับ ชัยนะรินทร์ ทับมะเริง และคณะ (2567) พบว่า วิธีการทำขนมนางเล็ดในชุมชนบ้านสก็วน มีขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ การนึ่ง การขึ้นรูปข้าวเหนียว การตากแห้ง การทอด และการราดน้ำตาล ซึ่งเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยทักษะและความพิถีพิถัน

วัตถุประสงค์ที่ 2 การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ลักษณะการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) การแสวงหาความรู้ 2) การจัดเก็บความรู้ 3) การประยุกต์ใช้ความรู้ และ 4) การถ่ายทอดความรู้ มีวิธีการถ่ายทอด 3 ขั้นตอน คือ (1) การบอกเล่า (2) การสาธิต และ (3) การปฏิบัติ สอดคล้องกับธนวิทย์ ลายิ้ม และคณะ (2567) กล่าวว่า การสืบทอดภูมิปัญญาเกี่ยวกับการผลิตขนมทองหยิบเป็นสิ่งที่แสดงถึงภูมิปัญญาในอดีตที่สืบทอดถึงปัจจุบัน ซึ่งรูปแบบการจัดการความรู้แบ่งเป็น 4 ด้านคือ 1) การแสวงหาความรู้ 2) การจัดเก็บความรู้ 3) การประยุกต์ใช้ความรู้ และ 4) การถ่ายทอดความรู้ และสอดคล้องกับฐิติวัฒน์ เพชรธิรสวัสดิ์ (2566) พบว่า กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายขนมไทยมีวิธีการถ่ายทอด 4 วิธี ด้วยกัน คือ 1) การสาธิต 2) การบอกเล่า 3) การปฏิบัติ และ 4) การเรียนรู้ โดยจัดเป็นกิจกรรมสำหรับการเรียนรู้ ซึ่งรวมถึงลักษณะการถ่ายทอดแบบครูพักลักจำด้วย ซึ่งการนำความรู้มาใช้ประโยชน์ เกิดระบบการเรียนรู้สร้างองค์ความรู้และประสบการณ์ใหม่ นำไปสู่การปรับเทคนิคและพัฒนาสูตรขนม (พันธ์จิตต์ สีเหนี่ยง และคณะ, 2562)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

งานวิจัยนี้ ทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม 2 แนวทาง ได้แก่ การจัดทำคู่มือภูมิปัญญาท้องถิ่น และการจัดกิจกรรมฝึกอบรมการผลิตขนมจ่ามงกุฎ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาต่อยอดเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อพัฒนาพื้นที่ และประโยชน์ด้านอาชีพของชุมชน ได้แก่ 1) การใช้คู่มือในการผลิตขนมจ่ามงกุฎ ส่งผลให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่คงที่ นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ในอนาคต 2) การจัดอบรมแก่ผู้ผลิตส่งผลให้ชุมชนพัฒนาความรู้และทักษะในเชิงวิชาการด้านอาหารเพิ่มขึ้น ตามแผนภาพที่ 5



แผนภาพที่ 5 แสดงแนวทางการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎจังหวัดสมุทรสงคราม

สรุป

ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วย 1) องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การเตรียมส่วนผสม การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ และการผลิต 2) การสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ มีลักษณะการสืบทอด 4 ด้าน ได้แก่ การแสวงหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ การประยุกต์ใช้ และการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งมีวิธีการถ่ายทอด 3 ขั้นตอน คือ การบอกเล่า การสาธิต และการปฏิบัติ ก่อให้เกิดประโยชน์ในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น นำไปใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่เยาวชนในชุมชนเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาให้คงอยู่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ที่มีองค์ความรู้ในการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ และคนรุ่นใหม่สนใจที่จะเรียนรู้รับการถ่ายทอดน้อยลง ดังนั้นจึงควรจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาดังกล่าว และนำข้อมูลจากงานวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการบอกต่อสืบทอดให้เยาวชนในชุมชนรู้จักและเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตขนมจ่ามงกุฎ จังหวัดสมุทรสงคราม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาต่อยอดการพัฒนาตำรับมาตรฐานขนมจ่ามงกุฎ ให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ เพื่อส่งเสริมอาชีพของและเพิ่มรายได้ของชุมชน

2.2 ควรศึกษาการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมจ่ามงกุฎ โดยบรรจุเรื่องเล่าชุมชนและผลิตภัณฑ์ประจำถิ่นที่มีมาแต่โบราณ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง (ตัวอย่าง)

จรัสสินี สุวีรานนท์, ทรงคุณ จันทจร, และรังสรรค์ สิงหเลิศ. (2565). ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา:การพัฒนานวัตกรรมอาหารสำหรับผู้สูงวัยเชิงพาณิชย์. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, *9*(1), 1–15. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/hssnsru/article/view/258056

จิติยาภรณ์ เชาวรากุล. (2564). การวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา. *วารสารรัชต์ภาคย์*, *15*(40), 214-226. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/250147/170313

ฉวีวรรณ สุวรรณาภา, อรอนงค์ วูวงศ์, และเสริมศิลป์ สุภเมธีสกุล. (2560). อาหารพื้นบ้าน: กระบวนการจัดการเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและจริยธรรมทางสังคมในชุมชนภาคเหนือ. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, *6*(4), 1306–1319. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/108452

ชัยนะรินทร์ ทับมะเริง, วิชชุดา ยินดี, และกนกกาญจน์ รีบเร่งรัมย์ .(2567). ขนมนางเล็ด: กระบวนการผลิตและแนวทางส่งเสริมอาชีพในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนบ้าน สก็วน จังหวัดสุรินทร์. *วารสารราชภัฏสุรินทร์วิชาการ*, *3*(3), 27–38. https://doi.org/10.14456/jasrru.2025.24

ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ, และมีนา ระเด่นอาหมัด. (2564). การสื่อสารวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านชายแดนใต้ของไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. *13*(2), 177-189. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/251134

ฐิติวัฒน์ เพชรถิรสวัสดิ์. (2566). กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาเพื่อการพึ่งพาตนเองของชาวบ้านตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสาร *มจร การพัฒนาสังคม*, *8*(1), 341–356. https://so06.tcithaijo.org/index.php/JMSD/article/view/265840

ดาวรถา วีระพันธ์, ศศมล ผาสุข, ปัณณ์รภัส ถกลภักดี, และธิดารัตน์ กุลณัฐรวงศ์. (2564). ศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในเชิงวิทยาศาสตร์ของผลิตภัณฑ์อาหารชุมชนในเขตภาคกลางตอนบน. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, *13*(1), 156–168. https://doi.org/10.53848/irdssru.v13i1.250276

ธนวิทย์ ลายิ้ม, น้อมจิตต์ สุธีบุตร, และธนภพ โสตรโยม. (2567). ภูมิปัญญาไทยเพื่อการผลิตขนมทองหยิบในจังหวัดภาคกลาง. *วารสารกระแสวัฒนธรรม* , *25*(48), 58–71. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/268745

ธนวิทย์ ลายิ้ม. (2566). *ภูมิปัญญาการผลิตขนมทองหยิบกลุ่มจังหวัดภาคกลาง*. [วิทยานิพนธ์ปริญญา

ดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร]. https://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=687820&query

บุษกร เชี่ยวจินดากานต์. (2561). เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา. *วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ*, *13*(25), 103-118. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/larhcu/article/view/143027

ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์, และประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารปาริชาติมหาวิทยาลัยทักษิณ*, 29(2). 32-48. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/view/69461

พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ, และภักดี โพธิ์สิงห์. (2565). อัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. *วารสารวนัมฎองแหรกพุทธศาสตรปริทรรศน์*, *9*(2), 127–140. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/Vanam_434/article/view/259429

พันธ์จิตต์ สีเหนี่ยง, คนึงรัตน์ คำมณี, จิรัฐินาฏ ถังเงิน, และสุเมธ ชัยไธสง. (2562). การจัดการความรู้ท้องถิ่นขนมไทยและอาหารว่างจากข้าวในตำบลบางยี่ล้น อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง. *วารสารวิทยาศาสตร์เกษตรและการจัดการ*, *2*(3), 54-64. https://li02.tci-thaijo.org/index.php/JASM/article/view/51

วิฆเนศวร ทะกอง, และอรวรรณ ศิริสวัสดิ์ อภิชยกุล. (2566). การปรับตัวด้านอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นจันทบุรีในบริบทการท่องเที่ยว. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, *7*(2), 48–68. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSC/article/view/261982

ศศิธร ศรีทองเพิง, และจุฑามาศ พีรพัชระ. (2567). ภูมิปัญญาอาหารชุมชนกุฎีจีน. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*, *6*(1), 134-148. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/274963

สำราญ ผลดี, อัรฮาวี เจ๊ะสะแม, และอุไรรัตน์ แย้มชุติ. (2564). การสำรวจและจัดทำฐานข้อมูลท้องถิ่นเรื่อง “สมุทรสงคราม เมือง 3 น้ำ”. *วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์*, *16*(2), 63-78. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/larhcu/article/view/252533

สุธิดา ไกรเกต, จิตติมา ดำรงวัฒนะ, เดโช แขน้ำแก้ว, และอุดมศักดิ์ เดโชชัย. (2563). บางดีหนมจาก: องค์ความรู้การผลิตขนมจากในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบางดี หมู่ที่ 9 ตำบลแม่เจ้าอยู่หัว อำเภอเชียรใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, *4*(2), 28–44. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSC/article/view/244761

สุวรรณา เขียวภัคดี, และชัยณรงค์ ศรีรักษ์. (2564). กลยุทธ์การจัดการภูมิปัญญาขนมไทยในบริบทการส่งเสริมและพัฒนาสู่ชุมชนการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านท่าคอย จังหวัดสุพรรณบุรี ประเทศไทย. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, *8*(2), 90-100. https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jfam/article/view/4770

Langdridge, D. (2007). *Phenomenological Psychology: Theory, Research and Method*. Pearson Education.

ผลของกิจกรรมการเล่นบำบัดต่อพฤติกรรมก้าวร้าวและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับประถมศึกษา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

THE EFFECT OF PLAY THERAPY ACTIVITIES ON AGGRESSIVE BEHAVIOR AND ACADEMIC ACHIEVEMENT OF PRIMARY SCHOOL STUDENTS PHRANAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

สนอง รุ่งเรือง
Sanong Rungrueang
โรงเรียนศรีบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
Sribangsai School, Phranakhon Si Ayutthaya, Thailand
พชฏ นรสิงห์*
Pachata Norasingha*
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
Faculty of Science and Technology, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University, Thailand
*Corresponding Author E-mail: npachata@aru.ac.th
Received September 9, 2025; **Revised** January 6, 2026; **Accepted** January 13, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาผลของกิจกรรมการเล่นบำบัดต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กนักเรียนระดับประถมศึกษา 2) เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังใช้กิจกรรมการเล่นบำบัดเมื่อเทียบกับเกณฑ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระดับประถมศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียนระดับประถมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 29 คน ทำการคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัยได้แก่ แบบประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน (SDQ) ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข และ โปรแกรมการจัดกิจกรรมการเล่นบำบัด โดยจัดสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ครั้งละ 60 นาที เป็นเวลา 12 สัปดาห์ วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยใช้ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมก้าวร้าวก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมบำบัด โดยใช้สถิติ t – test Dependent

ผลการศึกษาพบว่า ภายหลังการเข้าร่วมกิจกรรมนักเรียนมีพฤติกรรมก้าวร้าวลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมก้าวร้าวในภาพรวมก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ที่ ($\bar{X}$=17.7, S.D.=1.33) จัดอยู่ในระดับมีปัญหา และคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมก้าวร้าวในภาพรวมหลังเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ที่ ($\bar{X}$=7.4, S.D.=1.11) จัดอยู่ในระดับปกติ ผลการศึกษาความถี่พฤติกรรมก้าวร้าวพบว่า เมื่อเสร็จสิ้นการทำกิจกรรมนักเรียนมีความถี่ของพฤติกรรมก้าวร้าวสูงที่สุดคือ พฤติกรรมอยู่ไม่นิ่ง/สมาธิสั้น ร้อยละ 33.33 รองลงมาคือพฤติกรรมด้านอารมณ์ ร้อยละ 32.16 พฤติกรรมด้านความสัมพันธ์กับเพื่อน ร้อยละ 21.64 และพฤติกรรมก้าวร้าวที่มีความถี่น้อยที่สุดคือ พฤติกรรมเกเร ร้อยละ 12.87 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนภายหลังการเข้าร่วมกิจกรรมเมื่อเทียบกับเกณฑ์คะแนนการศึกษาระดับประถมศึกษา ปีการศึกษา 2567 พบว่าอยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 75.20

คำสำคัญ: กิจกรรมการเล่นบำบัด, พฤติกรรมก้าวร้าว, นักเรียนประถมศึกษา, จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Abstract

This research is a quasi-experimental research with objectives to 1) study the effects of play therapy activities on aggressive behavior in primary school students, and 2) study the academic achievement after using play therapy activities compared to the academic achievement criteria in primary school. The sample consisted of 29 primary school students who were purposively selected. The research instruments were the Strengths and Difficulties Questionnaire (SDQ) from the Department of Mental Health, Ministry of Public Health, and the play therapy activity program. The activities were held once a week for 60 minutes for 12 weeks. Data were analyzed using frequency, percentage, average, and standard deviation the results of the comparison of aggressive behavior before and after participating in the activities were analyzed using t-test Dependent.

The results of the study revealed that after participating in the activities, students' aggressive behaviors decreased significantly at the 0.01. The average score of overall aggressive behavior before participating in the activities was ($\bar{X}$ =17.7, SD=1.33), which was considered problematic. The average score of overall aggressive behavior after participating in the activities was ($\bar{X}$ =7.4, SD=1.11), which was considered normal. The results of the study of the frequency of aggressive behavior found that after completing the activity, students had the highest frequency of aggressive behavior, which was hyperactivity/attention deficit behavior at 33.33 percent, followed by emotional behavior at 32.16 percent, behavior related to relationships at 21.64 percent, and the least frequent aggressive behavior was misbehavior at 12.87 percent. The academic achievement of students after participating in the activity, when compared to the primary education score criteria for the 2024 academic year, was found to be at a good level, accounting for 75.20 percent.

Keyword: Play therapy activities, Aggressive behavior, Primary school students, Phranakhon Si Ayutthaya Province

บทนำ

เด็กที่อยู่ในช่วงวัยเด็กตอนกลาง (Middle childhood) จะมีพัฒนาการด้านอารมณ์และสังคมที่สามารถที่จะเลือกแสดงพฤติกรรม อารมณ์ความรู้สึกให้เหมาะสมต่อสถานการณ์และบุคคลที่ตนมีปฏิสัมพันธ์ด้วย เด็กวัยนี้สามารถที่จะตระหนักรู้และเข้าใจอารมณ์ที่แตกต่างกันของตนเอง และเรียนรู้ที่จะเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกที่อยู่ภายใต้การแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลอื่น เริ่มสนใจการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน สนใจสถานะของตนเองในกลุ่ม มีการเปรียบเทียบความสามารถของตนในด้านต่าง ๆ กับเพื่อนในกลุ่ม (Butterworth, 2012) เมื่อเด็กเติบโตขึ้นสิ่งแวดล้อมจะขยายจากบ้านไปสู่สังคมภายนอกโดยเฉพาะโรงเรียน เด็กจะมีโอกาสในการสร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่น ได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะทางสังคมมากขึ้น การมีทักษะทางสังคมที่ดีสามารถเห็นได้จากความสามารถในการแสดงพฤติกรรมทาง

สังคมอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ที่บุคคลที่ได้เผชิญ รวมทั้งความสามารถในการยับยั้งควบคุมพฤติกรรมทางสังคมที่ไม่เหมาะสมก็สามารถสะท้อนให้เห็นถึงทักษะทางสังคมของเด็กได้ หากเด็กประสบความล้มเหลวในการมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม อาจก่อให้เกิดปัญหาพฤติกรรมนำไปสู่การหลีกเลี่ยงที่จะมีการติดต่อทางสังคมกับบุคคลอื่น ๆ อาจจะแยกตัวออกจากสังคม (Spence, Donovan, & Brechman-Toussaint, 1999) มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน และมีปัญหาด้านสุขภาพจิต เช่น โรคจิตเภท โรควิตกกังวล และโรคซึมเศร้า เป็นต้น (Segrin, 2000)

ในประเทศไทยพบว่า มีเด็กจำนวนมากในสถานศึกษาถูกรังแก ล้อเลียน จากเพื่อนนักเรียนด้วยกัน และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในทุกปี ส่งผลให้เกิดความเครียดวิตกกังวล และไม่อยากไปโรงเรียนมากขึ้น นโยบายของกรมสุขภาพจิตประจำปี 2567 จึงมุ่งเน้นพัฒนาพัฒนาทักษะชีวิตและความฉลาด 7Qs เพื่อให้เด็กและเยาวชนเติบโตอย่างมีคุณภาพ มีความรอบรู้เท่าทันปัญหาและภัยคุกคามทางสุขภาพจิต ส่งเสริมการกระตุ้นพัฒนาการเด็กปฐมวัยเชิงรับและเชิงรุกเพื่อการเข้าถึงอย่างครอบคลุม ป้องกันปัญหาการล้อเลียนรังแกกันในโรงเรียน (Bullying) โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กชั้นประถมศึกษาที่มีอายุตั้งแต่ 6-13 ปี ซึ่งเป็นวัยของการพัฒนาสัมพันธภาพกับผู้อื่นและการอยู่ร่วมกันในสังคม การพัฒนาโครงการเหล่านี้เพื่อเตรียมความพร้อมด้านทักษะในการดำเนินชีวิตและทักษะทางสังคมของเด็กเพื่อก้าวสู่วัยรุ่นอย่างมีคุณภาพ (กรมสุขภาพจิต, 2567)

แนวทางหนึ่งที่นักจิตวิทยาใช้เป็นกระบวนการในการพัฒนาทักษะทางสังคมคือ การใช้กิจกรรมต่าง ๆ เข้ามาช่วยบำบัด ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยให้เด็กมีโอกาสในการสำรวจตนเอง ผ่านการทำกิจกรรมและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การทำกิจกรรมบำบัดจะช่วยให้เด็กได้สำรวจและตระหนักถึงอารมณ์ความรู้สึกของตนเอง ผ่านกระบวนการและกิจกรรมหลายรูปแบบทั้งการเล่นเกม งานศิลปะ งานวรรณกรรม ที่นำมาใช้ร่วมกับการบำบัดอย่างเหมาะสมตามขั้นของพัฒนาการ เกิดการเรียนรู้ การแก้ไขปัญหา การจัดการกับความวิตกกังวล ความขัดแย้ง ที่เกิดขึ้น ผ่านการเล่น ซึ่งส่งผลให้เด็กเกิดการพัฒนาทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม (Oaklander, 2001)

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการใช้กิจกรรมบำบัดในการลดปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเด็ก พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มีการใช้การเล่นบำบัดในการแก้ไขและลดปัญหาพฤติกรรมในเด็ก เช่น งานวิจัยของ Hoda Babaei , Ebrahim Mohammadian and Abbas (2014) ที่ศึกษาผลการเล่นบำบัดในการลดพฤติกรรมที่เป็นปัญหาในชั้นเรียนของวัยเด็กตอนต้น ทั้งพฤติกรรมก้าวร้าว พฤติกรรมก่อกวน และความวิตกกังวล โดยผลการศึกษาพบว่ากระบวนการบำบัดช่วยให้เด็กสามารถลดความเครียดทางจิตใจของตนเองผ่านการเล่น และได้รู้จักประสบการณ์ใหม่ ๆ เรียนรู้วิธีการแสดงออกและจัดการกับปัญหาอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีการศึกษาผลของการเล่นบำบัดในเด็กที่มีปัญหาพัฒนาการ สำหรับการศึกษาในประเทศไทยพบว่า มีการศึกษาของ ณัฐณิชา มณีพฤกษ์ (2567) ที่ได้ศึกษาการนำกิจกรรม “มันดาลา ชุด “Mediclaytion” มาปรับใช้เพื่อพัฒนาทักษะแบบองค์รวมของเด็ก โดยกิจกรรมที่ได้นำมาใช้นั้น สามารถส่งเสริมพัฒนาการทั้ง 5 ด้านได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสังคม ด้านสติปัญญาและด้านอารมณ์ ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการปรับพฤติกรรมความก้าวร้าวลงได้จริง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาผลของกิจกรรมการเล่นบำบัดต่อพฤติกรรมก้าวร้าวและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับประถมศึกษา เพื่อมุ่งเน้นให้เด็กเกิดการพัฒนาทักษะทางสังคมในด้านการควบคุมตนเอง และการให้ความร่วมมือที่เหมาะสม เพื่อเป็นรากฐานสำคัญในการอยู่ร่วมกับสังคมในปัจจุบันและอนาคต ส่งผลให้เด็กสามารถเข้าใจความคิด อารมณ์ความรู้สึก และ

พฤติกรรมของตนเองทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการสื่อสารและการแสดงออกต่อบุคคลอื่นในสังคมได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลของกิจกรรมการเล่นบำบัดต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กนักเรียนระดับประถมศึกษา

2. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังใช้กิจกรรมการเล่นบำบัดเมื่อเทียบกับเกณฑ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระดับประถมศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษา และสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมก้าวร้าวและกิจกรรมการเล่นบำบัด ได้ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมก้าวร้าว จากการวิเคราะห์ สังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามแนวคิดของนักวิชาการพบว่า นักจิตวิทยาหลายท่านได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับพฤตกรรมก้าวร้าวที่แตกต่างกันออกไป จนเกิดเป็นทฤษฎีเกี่ยวกับความก้าวร้าวหลายทฤษฎีด้วยกัน ซึ่งสามารถสรุปได้ 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) ทฤษฎีความก้าวร้าวที่เกี่ยวกับพันธุกรรมหรือทฤษฎีเกี่ยวกับสัญชาติญาณ (Instinct Theory) และ 2) ทฤษฎีความก้าวร้าวที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม โดยสามารถแบ่งเป็น 3 แนวคิดคือ 1) ทฤษฎีความก้าวร้าวที่มาจากความคับข้องใจ (Frustration-Aggression) 2) ทฤษฎีสัญญาณความก้าวร้าว (Aggression Cues Theory) 3) ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) (Worchel & Cooper, 1979, pp. 316-317 อ้างใน วลัยกรณ์ แพร่กิจธรรมชัย, 2555, หน้า 15) Remschmid 1993 (อ้างใน ปาริชาต นิยมพงษ์, 2557, หน้า 9) ได้แบ่งพฤติกรรมก้าวร้าวออกเป็น 2 ชนิด คือ 1) ความก้าวร้าวทางการกระทำและคำพูด (physical and verbal aggression) 2) ความก้าวร้าวที่ปรากฏในความคิด ความรู้สึก อารมณ์และจินตนาการ (latent aggression)

2. แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมการเล่นบำบัด จากการวิเคราะห์ สังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามแนวคิดของนักวิชาการ พบว่า Meany-Walen (2014) ได้อธิบายถึงการใช้บทบาทสมมติในการเล่นบำบัดเพื่อช่วยสร้างให้เด็กสำรวจและรู้จักการตอบสนองอย่างเข้าใจต่อสภาพแวดล้อม และเรียนรู้ที่จะเข้าใจตนเอง ซึ่งสามารถทำให้เด็กเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับผู้อื่นได้มากขึ้น โดยส่วนใหญ่ทฤษฎีการปรึกษาสามารถปรับให้เข้ากับกระบวนการของการเล่นบำบัดได้ เนื่องจากการเล่นบำบัดเป็นวิธีการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุดสำหรับเด็กเล็กในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใหญ่และเด็กสามารถพัฒนาความคิดเชิงเหตุผลที่ส่งผลต่อการควบคุมตนเองเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบาก และช่วยในการพัฒนาทักษะทางสังคม Cattanach (2003) แบ่งรูปแบบการเล่นบำบัดไว้ดังนี้ 1) การเล่นแบบไม่ชี้นำ โดยจะให้เด็กเป็นผู้ชี้นำ และให้สมาชิกได้กำหนดกิจกรรม วิธีการเล่นตามความสนใจของของตนเอง เป็นกระบวนการที่ให้เด็กเป็นศูนย์กลางตามแนวคิดมนุษยนิยม 2) การเล่นโดยนักจิตวิทยาเป็นผู้ชี้นำ โดยนักจิตวิทยาเป็นผู้กำหนดวาระ กิจกรรมที่มุ่งเน้น และระยะเวลาในการเล่นบำบัด โดยเป็นกระบวนการแบบมีโครงสร้างและมีการกำหนดทิศทาง

โดยนักจิตวิทยา 3) การเล่นบำบัดแบบร่วมมือกัน โดยนักจิตวิทยาจะทำงานเป็นทั้งผู้ชี้นำและไม่ชี้นำ เป็นวิธีการที่สมาชิกและนักจิตวิทยามีบทบาทร่วมกันในการกำหนดกิจกรรม และระยะเวลา

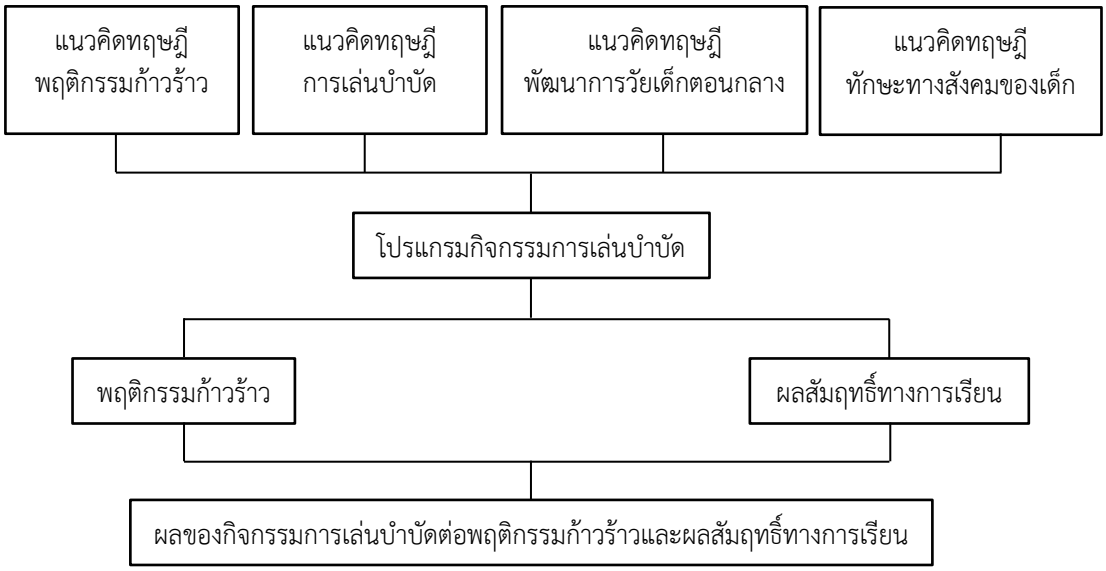
3. แนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาการวัยเด็กตอนกลาง จากการวิเคราะห์ สังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามแนวคิดของนักวิชาการพบว่า วัยเด็กตอนกลางจะอยู่ในช่วง อายุ 6-9 ปี (ชั้นประถมศึกษาตอนต้น)พัฒนาการทางสังคมในระยะนี้ มีลักษณะแตกต่างจากวัยเด็กตอนต้นหลายประการ คือ เด็กคบเพื่อนร่วมวัย และผู้ใหญ่มากขึ้น ยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง (Egocentric) ลดลง สามารถรวมกลุ่มเล่นกับเพื่อนได้ดียิ่งขึ้น มีความคิดนึกและพัฒนาการด้านศีลธรรมจรรยา ทำให้เด็กร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ เป็นกลุ่มได้ดี และเด็กในช่วงวัยนี้จะเริ่มปรับพฤติกรรมของตนให้เหมาะสมทั้งต่อความต้องการของตนเองและความต้องการของบุคคลอื่นหรือสังคมรอบข้างเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Papalia et al., 2014)

4. แนวคิดเกี่ยวกับทักษะทางสังคม จากการวิเคราะห์ สังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามแนวคิดของนักวิชาการพบว่า Gresham et al. (2011) กล่าวว่า ช่วงวัยเด็กตอนกลางจะเกิดการขยายสิ่งแวดล้อมจากบ้านไปสู่สังคมภายนอกโดยเฉพาะโรงเรียน ดังนั้นเด็กจึงมีโอกาสได้สร้างสัมพันธภาพกับเพื่อน ครู เกิดการเรียนรู้และแสดงออกถึงทักษะทางสังคมมากขึ้น องค์ประกอบของทักษะทางสังคมที่เกิดขึ้นในเด็กวัยเรียน มีดังนี้ 1) ความสามารถในการสื่อสาร (Communication) สามารถโต้ตอบในบทสนทนาและมีปฏิกิริยาระหว่างการพูดคุย 2) ความรับผิดชอบ (Responsibility) การเคารพในสิทธิของผู้อื่น รับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง 3) การเข้าอกเข้าใจ (Empathy) การให้อภัยผู้อื่น เข้าใจและเห็นอกเห็นใจเมื่อผู้อื่นมีความรู้สึกนั้น ๆ 4) การให้ความร่วมมือ (Cooperation) การทำตามคำสั่งของผู้อื่น (ครู/ผู้ปกครอง) การปฏิบัติตามกฎของส่วนรวม 5) การควบคุมตนเอง (Self-control) การประนีประนอมเมื่อเกิดความขัดแย้ง ความสงบนิ่งเมื่อถูกล้อเลียน 6) การยืนหยัดในตนเอง (Assertiveness) การบอกความต้องการของตนเองให้ผู้อื่นทราบ กล้าที่จะแสดงออกทางความคิดในสถานการณ์ที่ไม่ยุติธรรม

จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น จะเห็นได้ว่า กระบวนการเล่นบำบัดเป็นกระบวนการที่ช่วยให้เด็กสามารถเรียนรู้ที่จะเข้าใจตนเอง เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับผู้อื่นได้มากขึ้น เนื่องจากการเล่นบำบัดเป็นวิธีการที่ทำให้เด็กสร้างความสัมพันธ์และพัฒนาความคิดเชิงเหตุผลที่ส่งผลต่อการควบคุมตนเองเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบาก และช่วยในการพัฒนาทักษะทางสังคม ดังนั้นจึงสามารถนำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมาสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ผลของกิจกรรมการเล่นบำบัดต่อพฤติกรรมก้าวร้าวและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับประถมศึกษา ผู้วิจัยได้ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวทฤษฎีและสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-Experiment research design) ใช้แบบประเมินก่อนการทดลอง หลังการทดลอง และติดตามผลเพื่อศึกษาผลของกิจกรรมการเล่นบำบัดต่อพฤติกรรมก้าวร้าวและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับประถมศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรได้แก่นักเรียนระดับประถมศึกษาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา 2567 ของโรงเรียนประถมศึกษาแห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 29 คนทำการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยสุ่ม โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

เกณฑ์การคัดเข้า

เด็กชาย และ เด็กหญิง อายุ 8-10 ปี ทุกคนที่ศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา 2567 เนื่องจากในช่วงวัยนี้ เด็กมีโอกาสที่จะแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวได้ ตั้งแต่พฤติกรรมก้าวร้าวน้อยจนถึงพฤติกรรมก้าวร้าวมาก ไม่มีปัญหาทางการได้ยิน และการมองเห็น ไม่มีความบกพร่องของพัฒนาการแบบรอบด้าน (Pervasive Developmental Disorders; PDDs) มีสุขภาพแข็งแรง ไม่มีภาวะเจ็บป่วยร้ายแรงทั้งทางกายและจิตใจ ที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยการรับประทานยา หรือรับการรักษาด้วยวิธีอื่น ๆ และได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองให้เข้าร่วมการวิจัย

เกณฑ์การคัดออก

มีภาวะเจ็บป่วยร้ายแรงทั้งทางกายและจิตใจ ที่อยู่ระหว่างการรักษาด้วยการรับประทานยา หรือรับการรักษา (treatment) ด้วยวิธีอื่น ๆ และไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ปกครอง ให้เข้าร่วมการวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้การวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

2.1 แบบประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน (Strengths and Difficulties Questionnaire: SDQ) ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข (จุฑาทิพย์ ประทุมทอง, 2565) เพื่อใช้ในการประเมินพฤติกรรม ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงทางเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน และมีค่าความเชื่อมั่น 0.98

2.2 โปรแกรมกิจกรรมการเล่นบำบัด (Play therapy activities) จำนวน 6 กิจกรรม สร้างกิจกรรมโดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับเนื้อหาเรื่องการเคลื่อนไหวร่างกายพื้นฐานและการควบคุมการเคลื่อนไหว ในรายวิชาสุขศึกษาและพลศึกษา ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 กิจกรรมประกอบด้วย 1) เกมวิ่งไอติม 2) เกมวิ่งแย่งกรวย 3) เกมเคลื่อนไหวตามสถานี 4) เกมเราคว่ำเธอหงาย 5) เกมหาไข่มังกร และ 6) เกมวิ่งเอ๊กซ์-โอ รวมทั้งหมด 6 กิจกรรม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 พฤติกรรมนักเรียนก่อนการใช้กิจกรรมการเล่นบำบัด โดยใช้แบบประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน (SDQ) ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

3.2 จัดการเรียนการสอน โดยใช้กิจกรรมการเล่นบำบัดในรายวิชาพลศึกษา ทั้งหมด 6 กิจกรรม ประกอบด้วย เกมวิ่งไอติม เกมวิ่งแย่งกรวย เกมเคลื่อนไหวตามสถานี เกมเราคว่ำเธอหงาย เกมหาไข่มังกร และเกมวิ่งเอ๊กซ์-โอ โดยแต่ละกิจกรรมจัด 2 ครั้ง ๆ ละ 60 นาที โดยจัดสัปดาห์ละ 1 ครั้ง รวมทั้งสิ้น 12 สัปดาห์

3.3 ระหว่างทำกิจกรรมบันทึกผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมก้าวร้าวด้วยแบบสังเกตพฤติกรรมก้าวร้าวที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสรุปผลคะแนนออกมาเป็นความถี่ของการเกิดพฤติกรรมก้าวร้าวของทุกกิจกรรม

3.4 ประเมินพฤติกรรมนักเรียนหลังการใช้กิจกรรมการเล่นบำบัด โดยใช้แบบประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน (SDQ) ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

3.5 วัดคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากการสอบปลายภาคการศึกษา

3.6 นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ผลของประสิทธิภาพของกิจกรรมการเล่นบำบัดต่อพฤติกรรมก้าวร้าวและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของเด็กประถมศึกษา มีดังนี้

4.1 คะแนนพฤติกรรมก้าวร้าวที่ได้จากการบันทึกก่อนเข้ากิจกรรมและหลังเข้ากิจกรรม วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานโดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมก้าวร้าวก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเล่นบำบัด วิเคราะห์โดยใช้สถิติ t – test Dependent

โดยกำหนดพฤติกรรมที่เป็นปัญหาไว้ 4 ด้าน ได้แก่ ปัญหาทางอารมณ์ ปัญหาพฤติกรรมเกเร ปัญหาพฤติกรรมอยู่ไม่นิ่ง / สมาธิสั้น และปัญหาความสัมพันธ์กับเพื่อน และกำหนดเกณฑ์คะแนนรวมปัญหาพฤติกรรมก้าวร้าวไว้ ดังนี้

คะแนนรวม 0 - 11 คะแนน หมายถึง ปกติ
คะแนนรวม 12 – 15 คะแนน หมายถึง กลุ่มเสี่ยง
คะแนนรวม 16 – 40 คะแนน หมายถึง มีปัญหา

นำมาวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และเทียบกับเกณฑ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระดับประถมศึกษา มีเกณฑ์ดังนี้

มากกว่า 80 คะแนน หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ดีมาก
70 - 79 คะแนน หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ดี
60 – 69 คะแนน หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน พอใช้
50 - 59 คะแนน หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ควรพัฒนา

ผลการวิจัย

1. การศึกษาผลของกิจกรรมการเล่นบำบัดต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กนักเรียนระดับประถมศึกษา

ผลการเปรียบคะแนนพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเล่นบำบัด จากผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีจำนวนทั้งสิ้น 29 คน พบว่า คะแนนพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมมีคะแนนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนในภาพรวมก่อนเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 17.7, S.D. = 1.33) จัดอยู่ในระดับมีปัญหา และคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนในภาพรวมหลังเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ที่ ($\bar{x}$= 7.4, S.D. = 1.11) จัดอยู่ในระดับปกติ (ตารางที่ 1)

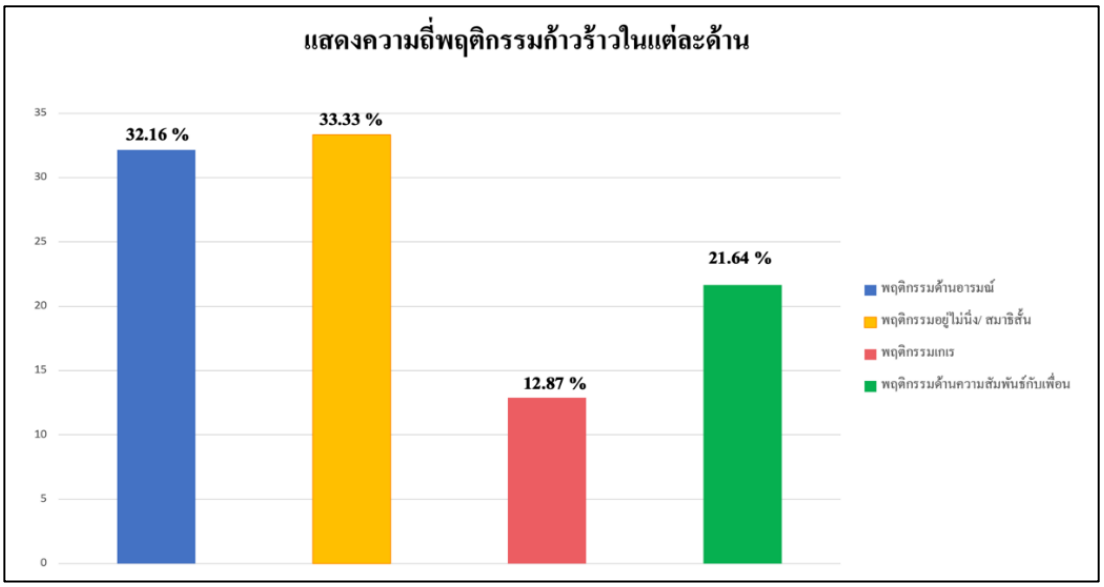
ผลการศึกษาความถี่พฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กนักเรียนระดับประถมศึกษาระหว่างการทำกิจกรรมที่จัดเป็นระยะเวลา 12 สัปดาห์ พบว่า เมื่อเสร็จสิ้นการทำกิจกรรมความถี่ของพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนมีแนวโน้มลดลง โดยพฤติกรรมก้าวร้าวที่มีความถี่สูงที่สุดคือ พฤติกรรมอยู่ไม่นิ่ง/สมาธิสั้น จำนวน 57 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ พฤติกรรมด้านอารมณ์ จำนวน 55 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.16 พฤติกรรมด้านความสัมพันธ์กับเพื่อน จำนวน 37 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.64 และพฤติกรรมก้าวร้าวที่มีความถี่น้อยที่สุดคือ พฤติกรรมเกเร จำนวน 22 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.8 (แผนภาพที่ 2)

ตารางที่ 1 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเล่นบำบัด

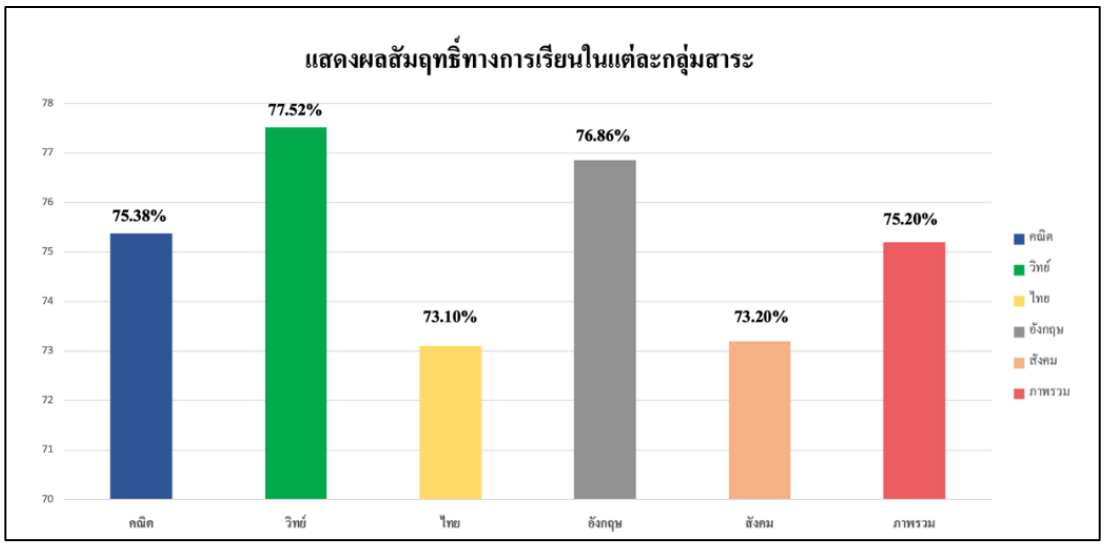
ประเด็นเปรียบเทียบ	ก่อนทำกิจกรรม		หลังทำกิจกรรม		t	p
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
พฤติกรรมก้าวร้าว	17.7	1.35	7.4	1.11	6.932	.000*

2. การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังใช้กิจกรรมการเล่นบำบัดเมื่อเทียบกับเกณฑ์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระดับประถมศึกษา

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนภายหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเล่นบำบัด เมื่อเทียบกับเกณฑ์คะแนนการศึกษาระดับประถมศึกษา ปีการศึกษา 2567 พบว่าอยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 75.20 โดยกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่ได้คะแนนสูงสุดคือ กลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ อยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 77.52 รองลงมาคือ กลุ่มสาระภาษาอังกฤษ อยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 76.86 และกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่ได้คะแนนน้อยที่สุดคือ กลุ่มสาระภาษาไทย อยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 73.10 (แผนภาพที่ 3)



แผนภาพที่ 2 แสดงความถี่พฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กนักเรียนระดับประถมศึกษา



แผนภาพที่ 3 แสดงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนภายหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเล่นบำบัดเมื่อเทียบกับเกณฑ์คะแนนการศึกษาระดับประถมศึกษา ปีการศึกษา 2567

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ผลของกิจกรรมการเล่นบำบัดต่อพฤติกรรมก้าวร้าวและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับประถมศึกษา พบประเด็นที่สำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า คะแนนพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนหลังจากร่วมกิจกรรมการเล่นบำบัดดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนในภาพรวมก่อนเข้าร่วมกิจกรรมจัดอยู่ในระดับมีปัญหา และคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนในภาพรวมหลังเข้าร่วมกิจกรรมจัดอยู่ในระดับปกติ และผล การศึกษาความถี่พฤติกรรมก้าวร้าวของเด็กนักเรียนระดับประถมศึกษาในการทำกิจกรรมที่จัดเป็นระยะเวลา 12 สัปดาห์ พบว่า เมื่อเสร็จสิ้นการทำกิจกรรมความถี่ของพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนมีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ากิจกรรมที่นำมาปรับแก้พฤติกรรมก้าวร้าวได้จัดขึ้นเพื่อให้เด็กได้ฝึกพัฒนาการฝึกกล้ามเนื้อมัดเล็ก และกล้ามเนื้อมัดใหญ่ ฝึกสมาธิในการฟังและการปฏิบัติตามกิจกรรมต่าง ๆ ได้ใช้จินตนาการและการตัดสินใจในการสร้างสรรค์ผลงานที่หลากหลาย และแตกต่างกันไป ฝึกเรียนรู้การสร้างปฏิสัมพันธ์ และการปรับตัวเข้าหากัน เพื่อลดพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ และเพิ่มความถี่ของพฤติกรรมที่พึงประสงค์ให้มากขึ้น การใช้กิจกรรมที่ทำเป็นกลุ่ม ทำให้นักเรียนได้รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ซึ่งปัจจัยนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการปรับพฤติกรรม นักเรียนได้มีการเรียนรู้ที่จะติดต่อและสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (interpersonal learning) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaylee A. Mathews (2018) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของกิจกรรมศิลปะบำบัดสำหรับการพัฒนาเด็ก พบว่า ศิลปะบำบัดสามารถนำไปพัฒนาทักษะได้ดีในหลาย ๆ ด้าน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิฏย์ฐา ยอดแก้ว (2564) ได้ทำการวิจัย ผลของโปรแกรมการเล่นบำบัดต่อทักษะทางสังคมของเด็กสมาธิสั้น ผลการวิจัยพบว่า ค่ามัธยฐานของคะแนนทักษะทางสังคมของเด็กสมาธิสั้นหลังทดลองมากกว่าก่อนทดลอง แสดงว่าการใช้โปรแกรมการเล่นบำบัดในเด็กสมาธิสั้นสามารถเพิ่มทักษะทางสังคมในเด็กสมาธิสั้นได้ จึงควรนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทักษะทางสังคมในเด็กสมาธิสั้นต่อไป

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนภายหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการเล่นบำบัด เมื่อเทียบกับเกณฑ์คะแนนการศึกษาระดับประถมศึกษา ปีการศึกษา 2567 พบว่าอยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 75.20 โดยกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่ได้คะแนนสูงสุดคือ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ อยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 77.52 รองลงมาคือ กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ อยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 76.86 และกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ อยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 75.38 ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะในกระบวนการการจัดกิจกรรม นักเรียนได้รับการพัฒนาและเสริมสร้างการเรียนรู้ต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ทำให้สามารถส่งเสริมทักษะการคิดการแก้ปัญหา สามารถพัฒนาระบบประสาทและสมองของนักเรียนให้สามารถใช้จินตนาการ การสังเกตุการคิด การฝึกทักษะการฟัง และการใช้ความสามารถทางภาษา การได้รับรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความคิดเห็นต่าง ๆ ตลอดจนการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน ๆ ทั้งหมดนี้ส่งผลต่อพฤติกรรมการเรียนในชั้นเรียนให้ได้ดีขึ้น ทำให้เด็กมีทักษะในการคิดและวิเคราะห์ รู้จักการเชื่อมโยงเนื้อหาที่เรียนในห้องเรียนมาประยุกต์ใช้ได้จริง อีกทั้งการใช้กิจกรรมจะช่วยสร้างความสนุกสนานให้แก่นักเรียน ทำให้นักเรียนไม่เบื่อหน่ายในการเรียน ช่วยเร้าความ สนใจของนักเรียนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับการศึกษา

ของ รุ้งฟ้า สิมมา (2568) ซึ่งได้ศึกษาการพัฒนาช่วงความสนใจและสมาธิของนักเรียนชั้นประถมศึกษา โดยใช้กิจกรรมการเล่นเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมพฤติกรรม พบว่า นักเรียนมีคะแนนรวมของพฤติกรรมเชิงบวกในชั้นเรียนสูงขึ้น และมีคะแนนรวมของพฤติกรรมปัญหาด้านสมาธิลดลงสดงให้เห็นว่า กิจกรรมการเล่นสามารถส่งเสริมสมาธิ ส่งผลให้ผลการเรียนดีขึ้นได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ วลิฐินี เวทย์วิชานันท์ และวาระดี ชาญวิรัตน์ (2562). ที่ศึกษาเรื่อง การใช้ชุดกิจกรรมศิลปะพัฒนาความสามารถในการจดจ่อตั้งใจทำงานของเด็กบกพร่องทางการเรียนรู้ที่มีภาวะสมาธิสั้น พบว่า ความสามารถในการจดจ่อตั้งใจทำางานเพิ่มมากขึ้นหลังการใช้ชุดกิจกรรมศิลปะ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 4 แสดงแบบจำลองการใช้กิจกรรมการเล่นบำบัดเพื่อลดพฤติกรรมก้าวร้าว

จากการวิจัยพบว่า กิจกรรมการเล่นบำบัด เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพที่ช่วยให้นักเรียนระดับประถมศึกษาที่มีพฤติกรรมก้าวร้าว สามารถควบคุมอารมณ์และแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมได้มากขึ้น เนื่องจากกิจกรรมการเล่นบำบัดมีกระบวนการที่ทำให้เด็กได้แสดงออกถึงความรู้สึกและความคิดภายในผ่านการเล่น ซึ่งเป็นสิ่งที่เด็กคุ้นเคยและรู้สึกปลอดภัย โดยครูจะสังเกตพฤติกรรมและอารมณ์ที่แสดงออกขณะทำกิจกรรม เพื่อทำความเข้าใจถึงสาเหตุของพฤติกรรมก้าวร้าวที่เกิดขึ้น ซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเด็กจะได้เรียนรู้วิธีการจัดการกับความโกรธ ความคับข้องใจ และความรู้สึกเชิงลบอื่น ๆ อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น ทำให้พฤติกรรมก้าวร้าว เช่น การทำร้ายผู้อื่น การทำลายสิ่งของ หรือการใช้คำพูดรุนแรงลดลง นอกจากจะช่วยลดพฤติกรรมก้าวร้าวแล้ว ยังพบว่าการเล่นบำบัดมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนด้วยเช่นกัน เมื่อเด็กได้รับการบำบัดและสามารถจัดการกับอารมณ์เชิงลบได้ดีขึ้น ความวิตกกังวล ความเครียด และพฤติกรรมที่เป็นปัญหาในห้องเรียนก็จะลดลง ทำให้เด็กมีสมาธิในการเรียนมากขึ้น และมีทัศนคติที่ดีต่อการเรียนรู้ เด็กจะสามารถจดจ่ออยู่กับบทเรียนได้นานขึ้น มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับครูและเพื่อนร่วมชั้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผลการเรียนดีขึ้นตามมา

องค์ความรู้ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ การเล่นบำบัดเป็นวิธีการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาพฤติกรรมของเด็กที่ปลอดภัยและไม่ต้องพึ่งยา ทำให้เป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้ปกครองและโรงเรียนที่ต้องการหาแนวทางแก้ไขปัญหาพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็ก โดยเฉพาะในกรณีที่เด็กยังไม่จำเป็นต้องได้รับการรักษาทางการแพทย์ที่ซับซ้อน องค์ความรู้ใหม่เหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า การเล่นบำบัดไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมสนุก ๆ สำหรับเด็ก แต่เป็นเครื่องมือทางจิตวิทยาที่มีคุณค่าและมีประสิทธิภาพในการช่วยแก้ปัญหาพฤติกรรมและพัฒนาการของเด็กได้อย่างครอบคลุม ทั้งด้านอารมณ์ สังคม และการเรียนรู้ (แผนภาพที่ 4)

สรุป

การใช้กิจกรรมการเล่นบำบัดกับนักเรียนชั้นประถมศึกษาเป็นเครื่องมือที่ส่งเสริมการควบคุมตนเองผ่านกิจกรรมที่เน้นการปรับตัวให้เข้ากับสังคม และสามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยการพัฒนาทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ การบำบัดนี้จึงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมการพัฒนาที่ครอบคลุมของนักเรียนในระดับประถมศึกษาให้เติบโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ที่สามารถจัดการกับอารมณ์และเรียนรู้ได้อย่างเต็มศักยภาพของตนเอง จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้ปกครองและโรงเรียนที่ต้องการหาแนวทางแก้ไขปัญหาพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้จัดกิจกรรมการเล่นบำบัดในชั้นเรียนและกิจกรรมเสริมหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมและพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียน

1.2 ติดตามและประเมินผลการดำเนินกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมให้ตอบสนองความต้องการของนักเรียนได้ดียิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรเพิ่มช่วงเวลาในการติดตามพฤติกรรมและผลสัมฤทธิ์หลังการใช้กิจกรรมการเล่นบำบัด เพื่อดูผลในระยะยาว

2.2 ปรับวิธีการวิจัยให้มีความผสมผสานระหว่างเชิงปริมาณ เช่น แบบวัดพฤติกรรมกับเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์นักเรียน ครู และผู้ปกครอง

2.3 เพิ่มกิจกรรมบำบัดให้หลากหลาย เช่น กิจกรรมศิลปะบำบัด (Art Therapy) กิจกรรมดนตรีบำบัด (Music Therapy) การเล่นบำบัด (Play Therapy) หรือการทำสมาธิ (Mindfulness) เพื่อให้ตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักเรียนได้ครอบคลุมมากขึ้น

2.4 ออกแบบการทดลองแบบมีกลุ่มควบคุม (Experimental Design with Control Group) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดในการศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล

เอกสารอ้างอิง

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2567). *นโยบายกรมสุขภาพจิต ประจำปี 2567.* จาก https://dmh.go.th/intranet/p2567/policyDMH2567.pdf

จุฑาทิพย์ ประทุมทอง, อริยา คูหา และอาฟีฟี ลาเต๊ะ. (2065). ผลของกิจกรรมบำบัดแนวผสมผสานที่มีต่อพฤติกรรมก้าวร้าวทางกายและผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนของเด็กปฐมวัย. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, *12*(2), 59–73.

ณัฐณิชา มณีพฤกษ์, อินทิรา พรมพันธุ์ และพชร วงชัยวรรณ์. (2567). การเสริมสร้างสุขภาวะองค์รวมสำหรับเด็กปฐมวัยด้วยการกิจกรรมปั้นมันดาลา ชุด “Mediclaytion”. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย,* 8(4), 1672-1688.

นิฏย์ฐา ยอดแก้ว, อรวรรณ หนูแก้ว และวีณา คันฉ้อง. (2564). ผลของโปรแกรมการเล่นบำบัดต่อทักษะทางสังคมของเด็กสมาธิสั้น. *วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้*, 8(2), 259-272.

ปาริชาติ นิยมพงษ์. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จังหวัดบึงกาฬ.* (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

รุ้งฟ้า สิมมา, ชนิตา พิมพ์ศรี และเบญจมาภรณ์ ช้อยเครือ. (2568). การพัฒนาชุดกิจกรรมทางกายเพื่อเพิ่มช่วงความสนใจของเด็กที่มีภาวะออทิซึม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 13(1), 15-25.

วลัยกรณ์ แพร่กิจธรรมชัย. (2555). *ผลของการปรับพฤติกรรมเพื่อลดความก้าวร้าวของวัยรุ่นกลุ่มเสี่ยง.* (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัศรีนครินทรวิโรฒ.

วลิฐินี เวทย์วิชานันท์ และวาระดี ชาญวิรัตน์ (2562). การใช้ชุดกิจกรรมศิลปะพัฒนาความสามารถในการจดจ่อตั้งใจทำงานของเด็กบกพร่องทางการเรียนรู้ที่มีภาวะสมาธิสั้น. *วารสารราชพฤกษ์*, 17(2), 88 – 94.

Butterworth, G. (Ed.). (2012). *The child’s representation of the world*. Springer Science & Business Media.

Cattanach, A. (2003). *Introduction to Play Therapy* (1st ed). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203695531

Gresham, F. M., Elliott, S. N., Vance, M. J., & Cook, C. R. (2011). Comparability of the Social Skills Rating System to the Social Skills Improvement System: Content and psychometric comparisons across elementary and secondary age levels. *School Psychology Quarterly, 26*(1), 27–44. https://doi.org/10.1037/a0022662

Hoda Babaei, K., Ebrahim Mohammadian, A., & Abbas, R. (2014). The effect of gestalt group play therapy on improvement of behavioral problems in preschool children. *International Conference on Social Sciences and Humanities*, *14*, 803-809.

Mathews, K. A. (2018). The effectiveness of art therapy for children with autism spectrum disorder. [Master's thesis, Adler Graduate School]. https://www.researchgate.net/publication /320918730

Meany-Walen, K. K., Bratton, S. C., & Kottman, T. (2014). Effects of Adlerian play therapy on reducing students' disruptive behaviors. *Journal of Counseling & Development, 92*(1), 47–56. http://doi.org/10.1002/j.1556-6676.2014.00129.x

Oaklander, V. (2001). Gestalt play therapy. *International Journal of Play Therapy, 10*(2), 45–55. https://doi.org/10.1037/h0089479

Papalia, Diane E., Martorell, Gabriela. (2014). *Experience Human Development, 13th ed.* (13): McGraw-Hill International Editions.

Segrin, C., & Flora, J. (2000). Poor social skills are a vulnerability factor in the development of psychosocial problems. *Human Communication Research, 26*(3), 489–514. https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2000.tb00766.x

Spence, S. H., Donovan, C., & Brechman-Toussaint, M. (1999). Social skills, social outcomes, and cognitive features of childhood social phobia. *Journal of Abnormal Psychology, 108*(2), 211–221. https://doi.org/10.1037/0021-843X.108.2.211

การศึกษาระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุน ในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

THE STUDY OF THE LEVEL OF THE PROFESSIONAL EXPERTISE ACCUMULATION OF SUPPORT PERSONNEL IN THE RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY GROUP

ธัญญารัตน์ สาริกา* กุสุมา แย้มเกตุ และจตุพล ยงศร
Thunyarut Sarika, Kusuma Yamgate and Chatupol Yongsorn
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Faculty of Education, Srinakharinwirot University
*Corresponding Author E-mail: thunyarut.s@rmutsb.ac.th
Received October 30, 2025; **Revised** January 18, 2026; **Accepted** January 19, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยใช้การวิจัยแบบผสานวิธี เริ่มจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง จำนวน 9 คน เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการสร้างแบบสอบถาม และเก็บข้อมูลจากบุคลากรสายสนับสนุนจำนวน 377 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และดัชนีความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified}$)

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ผู้บริหารมีมุมมองว่าบุคลากรสายสนับสนุนยังมีข้อจำกัดในการเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์การทำงานจริง การตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อนและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ขณะที่ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนประเมินระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของตนเองในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งในสภาพปัจจุบันและสภาพความคาดหวัง เมื่อพิจารณาภาพรวมค่าดัชนีความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified}$) = 0.03 โดยด้านการเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริงมีค่าความต้องการจำเป็นสูงที่สุด รองลงมาคือด้านการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน และด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ตามลำดับ ผลการวิจัยสะท้อนว่า แม้บุคลากรสายสนับสนุนจะมีการรับรู้สมรรถนะของตนเองอยู่ในระดับมาก แต่ยังคงมีช่องว่างเชิงคุณภาพในบางองค์ประกอบที่จำเป็นต้องได้รับการเสริมสร้าง โดยเฉพาะสมรรถนะเชิงปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการทำงานในบริบทที่มีความซับซ้อน งานวิจัยนี้จึงเสนอแนวทางการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนที่มุ่งเน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริงและการสนับสนุนเชิงระบบจากองค์กรเพื่อเสริมสร้างการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุน

คำสำคัญ: การสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ, บุคลากรสายสนับสนุน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

Abstract

This study aimed to examine the level of professional expertise accumulation among support personnel in the Rajamangala University of Technology group by using a mixed methods research design. The study was conducted sequentially, beginning with qualitative data collection through in-depth interviews with nine executives from all nine Rajamangala Universities of Technology. The qualitative findings were subsequently used to develop a questionnaire, and the data were collected from 377 support personnel. Qualitative data were analyzed using content analysis, while quantitative data were analyzed using the mean, standard deviation, and the Modified Priority Needs Index ($PNI_{Modified}$).

The qualitative findings revealed that administrators perceived limitations among support personnel in terms of linking knowledge to real work situations, making decisions in complex situations, and adapting to change. In contrast, the quantitative results indicated that support personnel rated their own overall level of professional expertise accumulation at a high level for both current conditions and expected conditions. Considering the overall $PNI_{Modified}$ of 0.03, the highest priority need was found in linking knowledge to real work situations, followed by decision-making in complex situations and adaptation to change, respectively. These findings suggested that although support personnel have a high perception of their own competence, there are still qualitative gaps in some competency components that need to be strengthened, especially practical competencies related to working in complex contexts. Accordingly, this study proposed development approaches for support personnel that emphasize learning through real work situations and systemic support from the organization to enhance the professional expertise accumulation of support personnel.

Keywords: professional expertise accumulation, support personnel,
Rajamangala University of Technology

บทนำ

ระบบอุดมศึกษาสมัยใหม่เผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล โครงสร้างการทำงานที่ซับซ้อน และแรงคาดหวังต่อประสิทธิผลเชิงสมรรถนะขององค์กร ส่งผลให้บุคลากรสายสนับสนุนกลายเป็นฟันเฟืองเชิงกลยุทธ์ที่มีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพการจัดการศึกษา งานวิจัย และบริการวิชาการของมหาวิทยาลัย การยกระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรกลุ่มนี้จึงมิใช่เพียงการเพิ่มพูนความรู้เชิงทฤษฎี หากแต่เป็นการพัฒนาสมรรถนะจากประสบการณ์การปฏิบัติงานจริงอย่างเป็นระบบ

แนวคิดด้านสมรรถนะชี้ให้เห็นความสำคัญของความสามารถที่เชื่อมโยงกับผลสัมฤทธิ์ของงาน (McClelland, 1973; McClelland, 1998) และการจำแนกองค์ประกอบความรู้ ทักษะ และ

คุณลักษณะอย่างชัดเจน (Spencer & Spencer, 1993; Lucia & Lepsinger, 1999) ขณะเดียวกันวรรณกรรมด้านความเชี่ยวชาญอธิบายว่าการพัฒนาจากผู้เริ่มต้นสู่ผู้เชี่ยวชาญต้องอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง การฝึกฝนอย่างมีเป้าหมาย และการสะท้อนคิดอย่างต่อเนื่อง (Benner, 1984; Dreyfus & Dreyfus, 1986; Eraut, 2004; Ericsson, 2006) แม้จะมีองค์ความรู้ด้านสมรรถนะจำนวนมากในมิติการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ แต่หลักฐานเชิงประจักษ์ที่สะท้อนระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยไทย โดยเฉพาะในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ยังมีจำกัดเมื่อพิจารณาควบคู่กับแนวโน้มระดับนานาชาติที่ให้ความสำคัญกับสมรรถนะเชิงดิจิทัลและการเรียนรู้จากประสบการณ์เป็นฐาน (Marrero-Sánchez & Vergara-Romero, 2023) จึงสะท้อนช่องว่างความรู้ที่ควรได้รับการศึกษาอย่างเป็นระบบ

กลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีเอกลักษณ์ด้านการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ การสร้างนวัตกรรมเพื่อชุมชน และการบริหารจัดการที่เชื่อมโยงงานวิชาการกับงานวิชาชีพ บุคลากรสายสนับสนุนในบริบทนี้ต้องรับผิดชอบงานที่หลากหลายและมีความซับซ้อน ทั้งด้านสารสนเทศ การเงินพัสดุ งานสารบรรณ ประกันคุณภาพ และการสนับสนุนการเรียนรู้ งานวิจัยในประเทศสะท้อนความจำเป็นในการยกระดับสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุนอย่างเป็นระบบ (อารีรัตน์ สายทอง, 2564; วสุธิดา นักเกษม และปฐมพงษ์ บำเริบ, 2566; นิตยา จิตรคำ, 2567; ภาณุวัฒน์ และคณะ, 2568) รวมทั้งความท้าทายด้านภาระงานและความคาดหวังเชิงนโยบายที่เพิ่มสูงขึ้น (สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2567)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยวัดระดับสมรรถนะตามองค์ประกอบความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ควบคู่กับมิติการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง ดำเนินการวิจัยโดยใช้การวิจัยแบบผสานวิธี เริ่มจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง และการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากบุคลากรสายสนับสนุน เพื่อสะท้อนภาพรวมระดับความเชี่ยวชาญที่เป็นจริงภายใต้โครงสร้างภารกิจของมหาวิทยาลัย โดยอาศัยกรอบแนวคิดด้านการพัฒนาสมรรถนะจาก HRD/HRM (McClelland, 1973; Spencer & Spencer, 1993; Mulder, 2014)

ในงานวิจัยนี้ การสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ หมายถึง สมรรถนะเชิงปฏิบัติที่เกิดจากการบูรณาการความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ผ่านประสบการณ์การทำงานจริงอย่างต่อเนื่องจนสามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหา การตัดสินใจ และการปรับตัวในบริบทการทำงานที่มีความซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับกรอบการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพของ Mulder (2014) ทั้งนี้ความแตกต่างของมุมมองระหว่างผู้บริหารและบุคลากรสายสนับสนุนเป็นเหตุผลสำคัญที่งานวิจัยนี้เลือกใช้การวิจัยแบบผสานวิธี และการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified}$) เพื่อสะท้อนช่องว่างสมรรถนะอย่างรอบด้าน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษามุมมองของผู้บริหารเกี่ยวกับระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
2. เพื่อศึกษาระดับสภาพปัจจุบันและสภาพความคาดหวังต่อการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
3. เพื่อบูรณาการผลการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อวิเคราะห์ช่องว่างสมรรถนะ และจัดลำดับความต้องการจำเป็นในการเสริมสร้างสมรรถนะการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเรื่อง “สมรรถนะ” (Competency) ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดย McClelland (1973, 1998) เสนอให้ประเมินศักยภาพบุคคลจากพฤติกรรมที่เชื่อมโยงกับผลสัมฤทธิ์ของงานมากกว่าการวัดเชาวน์ปัญญา ขณะที่ Spencer & Spencer (1993) and Lucia & Lepsinger (1999) ได้พัฒนาแบบจำลองสมรรถนะที่จำแนกองค์ประกอบด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคลอย่างเป็นระบบ ซึ่งถูกนำไปใช้แพร่หลายในงานบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

อย่างไรก็ตาม แนวคิดสมรรถนะดังกล่าวมักมุ่งเน้นการระบุ “สิ่งที่บุคลากรควรมี” มากกว่าการอธิบาย “กระบวนการสั่งสมความเชี่ยวชาญจากการปฏิบัติงานจริง” ในขณะที่งานด้าน “ความเชี่ยวชาญ” (Expertise) Benner (1984) and Dreyfus & Dreyfus (1986) ชี้ให้เห็นว่าการก้าวจากผู้เริ่มต้นสู่ผู้เชี่ยวชาญต้องอาศัยประสบการณ์ การตัดสินใจในสถานการณ์จริง และการเรียนรู้จากการปฏิบัติงาน ขณะที่ Eraut (2004) and Ericsson (2006) เน้นบทบาทของการเรียนรู้ไม่เป็นทางการและการฝึกฝนอย่างมีเป้าหมายในการพัฒนาความเชี่ยวชาญ

เมื่อพิจารณาแนวคิดทั้ง 2 กลุ่มร่วมกัน จะเห็นได้ว่า “สมรรถนะ” และ “ความเชี่ยวชาญ” มีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่ใช่แนวคิดเดียวกันโดยตรง กล่าวคือ “สมรรถนะ” เป็นกรอบที่อธิบายองค์ประกอบของความสามารถ ขณะที่ “ความเชี่ยวชาญ” เน้นกระบวนการพัฒนาและการนำสมรรถนะไปใช้ในสถานการณ์จริง งานวิจัยนี้จึงเลือกใช้กรอบแนวคิดการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพของ Mulder (2014) ซึ่งบูรณาการแนวคิดทั้ง 2 เข้าด้วยกัน โดยมองว่าสมรรถนะวิชาชีพเป็นผลจากการเรียนรู้ตลอดชีวิต การปฏิบัติงานจริง และการสะท้อนผลในบริบทการทำงาน

กรอบของ Mulder (2014) เหมาะสมกับบริบทของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษา เนื่องจากเป็นกรอบที่เน้นการเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง การตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะงานสนับสนุนที่ต้องปฏิบัติงานภายใต้ระเบียบ นโยบาย และบริบทที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ในบริบทมหาวิทยาลัยไทยมุ่งศึกษาการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสายสนับสนุนในเชิงการฝึกอบรมหรือการประเมินระดับสมรรถนะโดยใช้การรายงานตนเองเป็นหลัก (อารีรัตน์ สายทอง, 2564; วสุธิดา นักเกษม และปฐมพงษ์ บำเริบ, 2566) แต่ยังขาดการศึกษาที่มุ่งวิเคราะห์ “ระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ” โดยบูรณาการมุมมองของผู้บริหารและข้อมูลเชิงปริมาณของบุคลากร เพื่อสะท้อนช่องว่างสมรรถนะ

ในเชิงปฏิบัติอย่างเป็นระบบ งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยใช้กรอบแนวคิดของ Mulder (2014) เป็นฐานในการกำหนดองค์ประกอบการศึกษาและการวิเคราะห์ระดับความเชี่ยวชาญในบริบทของกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

กรอบแนวคิดการวิจัย

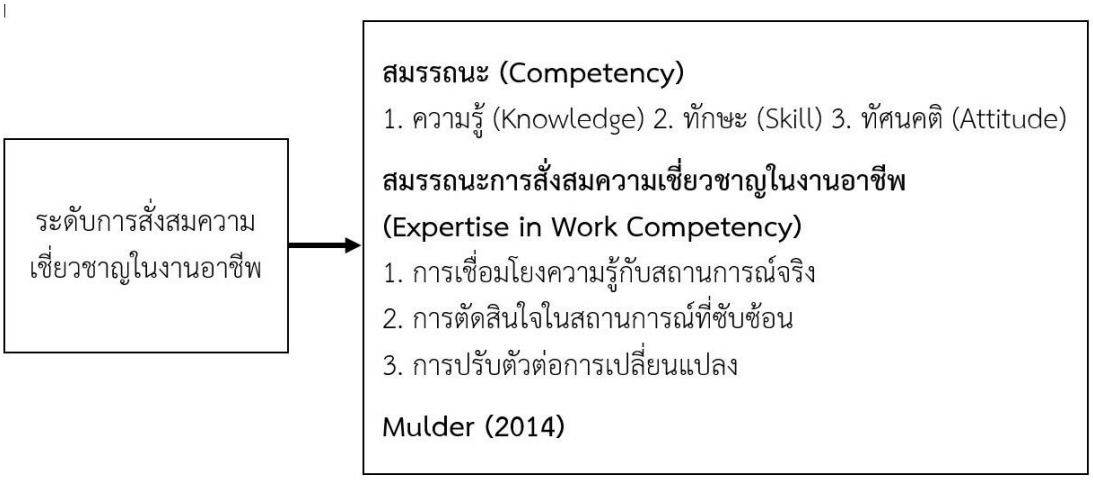
งานวิจัยนี้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยอาศัยแนวคิดการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพของ Mulder (2014) ซึ่งอธิบายว่า “ความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ” เกิดจากการบูรณาการองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. การเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง หมายถึง ความสามารถของบุคลากรสายสนับสนุนในการนำความรู้ด้านระเบียบ ข้อบังคับ เทคโนโลยี และกระบวนงานของมหาวิทยาลัย ไปประยุกต์ใช้กับสถานการณ์การทำงานจริง เช่น การตีความระเบียบเพื่อแก้ปัญหางานเฉพาะหน้า หรือการปรับกระบวนการทำงานให้สอดคล้องกับบริบทของหน่วยงาน

2. การตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หมายถึง ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลจากหลายแหล่ง ใช้วิจารณญาณและประสบการณ์ในการเลือกแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสม ภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลา ทรัพยากร และนโยบายขององค์กร

3. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง หมายถึง ความยืดหยุ่นทางความคิด การเปิดรับเทคโนโลยีและกระบวนการใหม่ รวมถึงความพร้อมในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของนโยบายและบริบททางสังคม

องค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้ ถูกนำไปใช้เป็นกรอบในการออกแบบเครื่องมือวิจัย และใช้ประเมินระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุน โดยพิจารณาทั้งมุมมองของผู้บริหารและการประเมินตนเองของบุคลากร เพื่อสะท้อนภาพรวมของสมรรถนะเชิงปฏิบัติในบริบทของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) พื้นที่วิจัย คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สัมภาษณ์เพื่อศึกษาระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลคือรองอธิการบดีหรือผู้อำนวยการกองบริหารงานบุคคลของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 9 คน เนื่องจากมีบทบาทโดยตรงด้านนโยบายและการพัฒนาบุคลากร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพ ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน มีค่า IOC = 0.94

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้บริหารทั้ง 9 แห่ง ในรูปแบบ Onsite และ Online

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และสังเคราะห์ประเด็น เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นฐานในการพัฒนาแบบสอบถามสำหรับขั้นตอนที่ 2

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาความคิดเห็นต่อระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างคือบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง จำนวน 377 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 และสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) ตามสัดส่วนของแต่ละมหาวิทยาลัย เก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม Online แบบสมัครใจ ทั้งนี้พิจารณาข้อจำกัดด้านความเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างในการตีความผลการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เพื่อประเมินสภาพปัจจุบันและสภาพความคาดหวังต่อการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดย (1) ความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน พบค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60–1.00 และ (2) ความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s alpha) จากการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลแบบ Online โดยใช้ Google Forms

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความต้องการจำเป็นด้วยดัชนี Modified Priority Needs Index ($PNI_{Modified}$) เพื่อสะท้อนช่องว่างระหว่างสภาพปัจจุบันและสภาพความคาดหวัง จากนั้นจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นในการเสริมสร้างสมรรถนะ โดยพิจารณาจากค่า $PNI_{Modified}$ ที่สูงที่สุดในแต่ละตัวแปร

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษามุมมองของผู้บริหาร เกี่ยวกับระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

จากการสังเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง พบว่า ผู้บริหารมีมุมมองสอดคล้องกันว่า สมรรถนะการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย โดยสมรรถนะดังกล่าวมิได้หมายถึงเพียงความรู้ในเชิงทฤษฎี หากแต่เป็นการบูรณาการของความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) ที่หล่อหลอมจากการปฏิบัติงานจริงอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่สามารถยกระดับคุณภาพการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านความรู้ (Knowledge) ผู้บริหารเห็นว่าบุคลากรสายสนับสนุนจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในระเบียบ นโยบาย และระบบงานของมหาวิทยาลัย รวมถึงความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์การทำงานจริงได้อย่างเหมาะสม ดังที่ผู้บริหารท่านหนึ่งสะท้อนว่า “บุคลากรที่เข้าใจระเบียบแต่ไม่สามารถประยุกต์ใช้กับสถานการณ์จริงมักเกิดความล่าช้าในการทำงาน”

ด้านทักษะ (Skill) ผู้บริหารให้ความสำคัญกับทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ และการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน ผู้บริหารย้ำว่า “บุคลากรสายสนับสนุนที่มีความเชี่ยวชาญสูงมักเป็นผู้ที่สามารถอ่านสถานการณ์งานได้แม่นยำ” และสามารถเลือกแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมโดยอาศัยทั้งข้อมูล ประสบการณ์ และวิจารณญาณ

ด้านทัศนคติ (Attitude) ผู้บริหารเห็นพ้องว่าทัศนคติแห่งการเรียนรู้และความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการพัฒนาความเชี่ยวชาญในระยะยาว โดยผู้บริหารบางท่านระบุว่า “บุคลากรที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลงจะสามารถพัฒนาตนเองและระบบงานได้อย่างต่อเนื่อง”

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อนี้สะท้อนว่า ผู้บริหารมองว่าการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง การตัดสินใจเชิงวิจารณญาณ และการพัฒนาอย่างเป็นระบบอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาระดับสภาพปัจจุบันและสภาพความคาดหวัง ต่อการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามของบุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 377 คน พบว่า ระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.21, S.D. = 0.47) และสภาพความคาดหวังอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ($\overline{X}$ = 4.34, S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified}$) ในภาพรวม พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.03 ซึ่งสะท้อนว่าบุคลากรมีการรับรู้สมรรถนะของตนเองในระดับที่ค่อนข้างดี อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง มีค่าความต้องการจำเป็นสูงที่สุด ($PNI_{Modified}$ = 0.12) รองลงมาคือ ด้านการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน ($PNI_{Modified}$ = 0.05) และด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ($PNI_{Modified}$ = 0.03) ตามลำดับ รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความต้องการจำเป็น และลำดับที่ในการศึกษาระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

สมรรถนะการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ	สภาพปัจจุบัน		สภาพความคาดหวัง		ความต้องการจำเป็น	
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	PNI	ลำดับ
1. การเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง						
- ความรู้	4.04	0.60	4.52	0.40	0.12	1
- ทักษะ	4.13	0.54	4.18	0.51	0.01	2
- ทัศนคติ	4.39	0.50	4.41	0.48	0.01	2
2. การตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน						
- ความรู้	4.10	0.56	4.18	0.54	0.02	2
- ทักษะ	4.19	0.53	4.43	0.41	0.05	1
- ทัศนคติ	4.37	0.52	4.40	0.51	0.01	3
3. การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง						
- ความรู้	4.15	0.60	4.22	0.57	0.02	2
- ทักษะ	4.20	0.55	4.23	0.55	0.01	3
- ทัศนคติ	4.35	0.54	4.45	0.48	0.03	1
โดยรวม	**4.21**	**0.47**	**4.34**	**0.41**	**0.03**	

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ชี้ให้เห็นว่า แม้บุคลากรสายสนับสนุนจะประเมินสมรรถนะของตนเองในระดับมาก แต่ยังคงมีความต้องการจำเป็นในการพัฒนาในบางองค์ประกอบ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้ความรู้และการตัดสินใจในสถานการณ์การทำงานจริง

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อบูรณาการผลการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อวิเคราะห์ช่องว่างสมรรถนะและจัดลำดับความต้องการจำเป็นในการเสริมสร้างสมรรถนะการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

เมื่อบูรณาการผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากมุมมองของผู้บริหารร่วมกับผลการวิจัยเชิงปริมาณจากการประเมินตนเองของบุคลากร พบว่า แม้บุคลากรสายสนับสนุนจะมีการรับรู้ระดับสมรรถนะของตนเองอยู่ในระดับมาก แต่ผู้บริหารยังมองเห็นข้อจำกัดเชิงปฏิบัติในองค์ประกอบสำคัญบางประการ โดยเฉพาะด้านการเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง และการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน

ผลการบูรณาการดังกล่าวสะท้อนช่องว่างเชิงคุณภาพของการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ ซึ่งไม่สามารถอธิบายได้จากค่าเฉลี่ยเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว และชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะเชิงปฏิบัติที่ตอบโจทย์ลักษณะงานที่มีความซับซ้อนของบุคลากรสายสนับสนุนในบริบทของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

อภิปรายผล

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า บุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพอยู่ในระดับมาก ทั้งในสภาพปัจจุบันและสภาพความคาดหวัง เมื่อพิจารณาผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากมุมมองของผู้บริหาร พบว่า ผู้บริหารยังมองเห็นข้อจำกัดของบุคลากรในด้านการประยุกต์ใช้ความรู้ การตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง สะท้อนให้เห็นความแตกต่างของมุมมองระหว่างผู้บริหารกับการประเมินตนเองของบุคลากร ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวสามารถอธิบายได้จากธรรมชาติของการประเมินสมรรถนะที่ใช้การรายงานตนเองที่มักสะท้อนการรับรู้จากประสบการณ์การปฏิบัติงานในระดับบุคคล ขณะที่ผู้บริหารมักประเมินสมรรถนะในเชิงความพร้อมต่อภารกิจ ความซับซ้อนของงาน และผลลัพธ์เชิงระบบขององค์กร ความแตกต่างของกรอบการมองนี้จึงมิได้สะท้อนความขัดแย้งของข้อมูล หากแต่สะท้อนระดับและมุมมองที่ต่างกันของการรับรู้สมรรถนะ ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Eraut (2004) และ Ericsson (2006) ที่ชี้ว่าความเชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติไม่สามารถสะท้อนผ่านการรับรู้เพียงมิติเดียวได้อย่างครบถ้วน

ด้านการเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง บุคลากรมีความต้องการจำเป็นสูงสุดในด้านนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Mulder (2014) ที่มองว่าการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพต้องอาศัยการประยุกต์ใช้ความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการทำงานจริงให้เกิดผลลัพธ์เชิงปฏิบัติการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ ช่วยให้บุคลากรสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ในบริบทที่ซับซ้อนของงานสนับสนุนมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นกระบวนการที่ส่งเสริมให้เกิดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านตามสมรรถนะ (Knowledge–Skill–Attitude) อย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ชี้ว่าความเชี่ยวชาญเกิดจากการฝึกฝนอย่างมีเป้าหมายและการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงอย่างต่อเนื่อง (Eraut, 2004; Ericsson, 2006)

ด้านการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อนเป็นความต้องการจำเป็นรองลงมา สอดคล้องกับแนวคิดที่เสนอว่า ความสามารถในการวิเคราะห์เชิงระบบและตัดสินใจอย่างมีเหตุผลเป็นลักษณะสำคัญของผู้มีสมรรถนะสูงในองค์กร (Boyatzis, 2009; Spencer & Spencer, 1993) ผลการสัมภาษณ์

ผู้บริหารยืนยันว่าบุคลากรสายสนับสนุนจำเป็นต้องมีทักษะในการตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูลจริง สามารถใช้วิจารณญาณและความรอบคอบในการเลือกแนวทางที่เหมาะสมต่อปัญหาที่หลากหลายมิติในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของผู้ที่มีสมรรถนะระดับเชี่ยวชาญตามกรอบแนวคิดของ Mulder (2014)

ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง แม้จะมีค่าความต้องการจำเป็นต่ำสุด แต่ก็เป็นองค์ประกอบสำคัญของความเชี่ยวชาญในยุคดิจิทัล ผู้บริหารทั้ง 9 แห่ง ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่าบุคลากรที่มีทัศนคติแห่งการเรียนรู้และเปิดรับการเปลี่ยนแปลงจะสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่องและเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่มหาวิทยาลัยสมรรถนะสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McClelland (1973) ที่ชี้ให้เห็นว่าสมรรถนะมิได้จำกัดอยู่ที่ความรู้หรือทักษะเท่านั้น แต่รวมถึงแรงจูงใจและทัศนคติที่ผลักดันให้บุคลากรเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

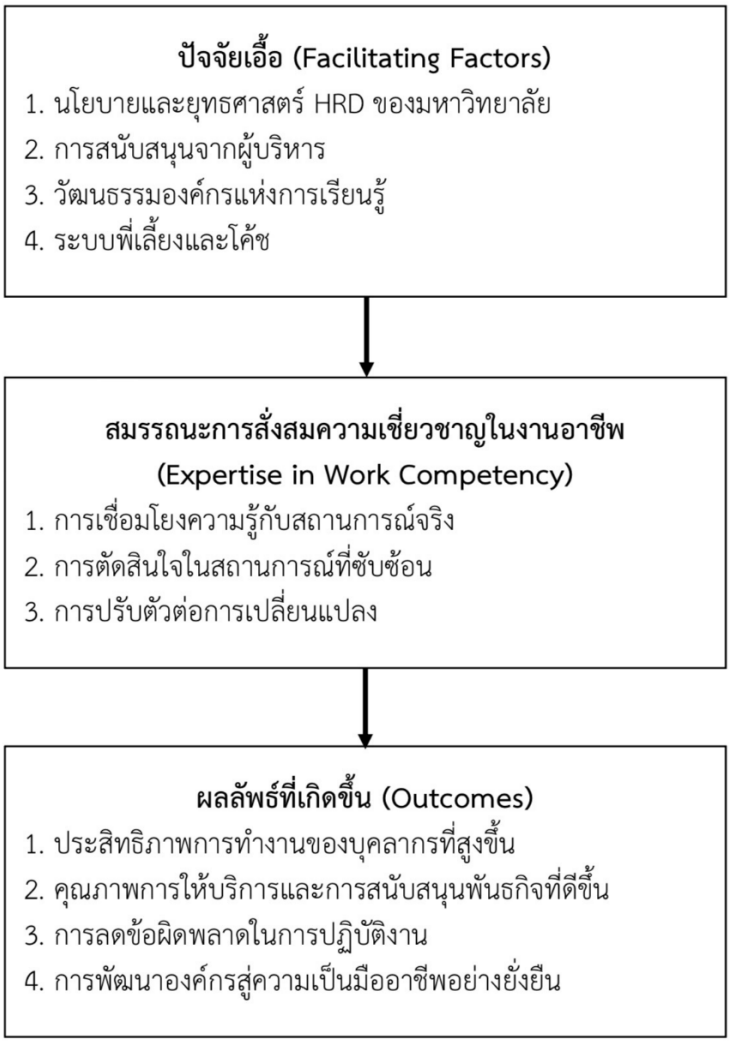
ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ ภาณุวัฒน์ ทวีกุล และคณะ (2568) ที่ชี้ให้เห็นว่าการประเมินและพัฒนาสมรรถนะอย่างเป็นระบบช่วยยกระดับความเชี่ยวชาญของบุคลากรในมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ มณีรัตน์ ชัยยะ และเพ็ญศรี ฉิรินัง (2566) ที่ได้เสนอไว้ว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคดิจิทัลเน้นการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการปรับตัวต่อบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ยังสะท้อนถึงกรอบนโยบายของสถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2567) ที่เน้นการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนให้มีสมรรถนะสอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร

โดยสรุป การอภิปรายผลจากงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนมิใช่เพียงระดับของสมรรถนะที่รับรู้ได้ในปัจจุบัน แต่เป็นกระบวนการพัฒนาที่ต้องอาศัยการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริงและการสนับสนุนเชิงระบบจากองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงสมรรถนะในสถาบันอุดมศึกษายุคใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยสามารถสังเคราะห์เป็น “โมเดลการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล” (แผนภาพที่ 2) โดยยึดกรอบ Mulder (2014) ซึ่งระบุว่า ความเชี่ยวชาญเกิดจาก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง การตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ภายใต้ปัจจัยเอื้อ 4 ประการ คือ นโยบาย/ยุทธศาสตร์ HRD การสนับสนุนจากผู้บริหาร วัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ และระบบพี่เลี้ยง/โค้ช ส่งผลให้เกิดผลลัพธ์สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ ประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้น คุณภาพการให้บริการและการสนับสนุนพันธกิจดีขึ้น ลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงาน และการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็นมืออาชีพอย่างยั่งยืน

ความใหม่ขององค์ความรู้นี้คือ การอธิบายความเชี่ยวชาญในฐานะ “กระบวนการพัฒนาเชิงปฏิบัติ” โดยบูรณาการมุมมองผู้บริหารและการรับรู้ของบุคลากร และประยุกต์กรอบแนวคิดของ Mulder (2014) ให้สอดคล้องกับบริบทงานสายสนับสนุนของกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาบุคลากรและการวิจัยต่อยอด



แผนภาพที่ 2 แสดงโมเดลการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า โมเดลแสดงปัจจัยเอื้อ 4 ประการที่ส่งเสริมสมรรถนะ 3 องค์ประกอบ ตามกรอบ Mulder (2014) และนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวก 4 ประการต่อบุคลากรและองค์กร

สรุป

การวิจัยนี้สรุปได้ว่า “สมรรถนะการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ” เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพและประสิทธิภาพการบริหารงานของมหาวิทยาลัย โดยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญสามารถเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง ตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิผล ผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพชี้ว่า บุคลากรสายสนับสนุนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีระดับสมรรถนะดังกล่าวอยู่ในระดับ

มาก โดยลำดับความสำคัญเรียงจาก การเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง การตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ ผู้บริหารทั้ง 9 แห่งมีมุมมองสอดคล้องกันว่าความเชี่ยวชาญมิได้เกิดจากการฝึกอบรมระยะสั้นเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริงและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในเชิงวิชาการ งานวิจัยสนับสนุนแนวคิด Competency-Based HRD และกรอบ K–S–A ว่าสามารถประยุกต์ใช้กับบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาได้อย่างเหมาะสม และช่วยขยายความเข้าใจในบริบทกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในเชิงนโยบาย มหาวิทยาลัยควรกำหนดสมรรถนะดังกล่าวเป็นสมรรถนะหลักและบูรณาการในแผน HRD อย่างเป็นระบบ พร้อมส่งเสริม IDP ที่เน้นการเรียนรู้จากงานจริงและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในองค์กร ควบคู่การพัฒนาทักษะคิดวิเคราะห์และการแก้ปัญหาเชิงซับซ้อน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพและศักยภาพระยะยาวสู่ความเป็นเลิศและความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ในระดับบุคคล บุคลากรสายสนับสนุนควรใช้ผลการวิจัยนี้ในการวิเคราะห์จุดแข็ง–จุดอ่อนของตนเอง เพื่อวางแผนพัฒนาสมรรถนะรายบุคคล

1.2 ในระดับหน่วยงาน ควรใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาชุดฝึกอบรม ที่ตอบสนองต่อสมรรถนะทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) การเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง 2) การตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน และ 3) การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง โดยจัดให้มีรูปแบบการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning) เช่น การฝึกปฏิบัติ การจำลองสถานการณ์ และการเรียนรู้แบบโค้ชชิ่ง เพื่อเสริมสร้างความเชี่ยวชาญที่เกิดขึ้นจากการลงมือทำจริง

1.3 ในระดับมหาวิทยาลัย ควรกำหนดสมรรถนะการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพให้เป็นหนึ่งในสมรรถนะหลักของบุคลากรสายสนับสนุน โดยบูรณาการเข้ากับระบบบริหารทรัพยากรบุคคล เช่น การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการพัฒนารายบุคคล (IDP) เพื่อให้บุคลากรมีแนวทางการพัฒนาอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

1.4 ในระดับนโยบายมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง ควรพิจารณาจัดตั้งเครือข่ายการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนร่วมกัน เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ แนวทางการพัฒนา และชุดฝึกอบรมระหว่างมหาวิทยาลัย ซึ่งจะช่วยยกระดับสมรรถนะของบุคลากรอย่างเท่าเทียมและสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศตามยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญคือ สมรรถนะการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุน ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่ 1) การเชื่อมโยงความรู้กับสถานการณ์จริง 2) การตัดสินใจในสถานการณ์ที่ซับซ้อน และ 3) การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทั้ง 3 ด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบและเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพการทำงานและความเป็นมืออาชีพของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษา องค์ความรู้ที่ค้นพบนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบชุดฝึกอบรมและแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคล (HRD Plan) ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคล เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรสายสนับสนุนเกิดการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และพัฒนาสมรรถนะตามกรอบแนวคิด K–S–A (Knowledge–Skill–Attitude) ได้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับรูปแบบและกลไกการพัฒนาสมรรถนะเชิงลึกของบุคลากรสายสนับสนุนในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงองค์กร เช่น ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์กร และแรงจูงใจในการเรียนรู้ ซึ่งอาจส่งผลต่อระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรในแต่ละหน่วยงาน นอกจากนี้ ควรศึกษาผลลัพธ์ของการนำชุดฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นไปใช้จริง เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาสมรรถนะในระยะยาว และสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถใช้เป็นแบบจำลองสำหรับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในสถาบันอุดมศึกษาไทย

เอกสารอ้างอิง

นิตยา จิตรคำ. (2567). การประเมินความต้องการจำเป็นแบบสมบูรณ์เพื่อพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. *วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 16*(1), 107-118. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/suedureasearchjournal/article/view/270515/182492.

ภาณุวัฒน์ ทวีกุล และคณะ. (2568). แนวทางการพัฒนาศักยภาพตามสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุน คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา. *วารสาร Mahidol R2R e-Journal, 12*(1),157-171. https://he01.tci-thaijo.org/index.php/mur2r/article/view/260529/ 186856.

มณีรัตน์ ชัยยะ และเพ็ญศรี ฉิรินัง. (2566). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ภายใต้การเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล (Digital HR). *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ, 11*(1), 104-115. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/260860/175787.

วสุธิดา นักเกษม และปฐมพงษ์ บำเริบ. (2566). การจัดการสมรรถนะบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยของรัฐเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย, 7*(2), 657-676. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jeir/article/view/259324/178743.

สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2567). *แนวทางการพัฒนาบุคลากรภาครัฐ พ.ศ. 2566–2570*. สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. https://dwr.go.th/uploads/file/person/2024/Article-240430135607-axSa.pdf.

อารีรัตน์ สายทอง. (2564). การพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนของคณะศึกษาศาสตร์ กับการส่งเสริมการกำหนดระดับตำแหน่งบุคลากรสายสนับสนุนให้สูงขึ้นของมหาวิทยาลัยศิลปากร. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 19*(2), 162-177. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/suedujournal/article/view/242022/171359

Benner, P. (1984). *From novice to expert: Excellence and power in clinical nursing practice.* Addison-Wesley.

Boyatzis, R. E., & Ratti, F. (2009). Emotional, social and cognitive intelligence competencies distinguishing effective Italian managers and leaders in a private

company and cooperatives. *Journal of Management Development*, *28*(9), 821–838. https://doi.org/10.1108/02621710910987674.

Dreyfus H. L., & Dreyfus S. E. (1986). *Mind over machine: The power of human intuition and expertise in the era of the computer*. Free Press.

Eraut, M. (2004). Informal learning in the workplace. *Studies in Continuing Education*, *26*(2), 247–273. https://doi.org/10.1080/158037042000225245.

Ericsson, K. A. (2006). An introduction to The Cambridge handbook of expertise and expert performance: Its development, organization, and content. In K. A. Ericsson, N. Charness, P. J. Feltovich, & R. R. Hoffman (Eds.), *The Cambridge handbook of expertise and expert performance* (pp. 3–20). Cambridge University Press.

Lucia A. D., & Lepsinger R. (1999). *The art and science of competency models*. Jossey-Bass.

Marrero-Sánchez, O., & Vergara-Romero, A. (2023). Digital competence of the university student: A systematic and bibliographic update. *Amazonia Investiga*, *12*(67), 9–18. https://doi.org/10.34069/AI/2023.67.07.1.

McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for "intelligence." *American Psychologist, 28*(1), 1-14. https://doi.org/10.1037/h0034092.

McClelland, D. C. (1998). Identifying competencies with behavioral-event interviews. *Psychological Science, 9*(5), 331-339. https://doi.org/10.1111/1467-9280.00065.

Mulder, M. (2014). Conceptions of professional competence. In S. Billett, C. Harteis, & H. Gruber (Eds.), *International handbook of research in professional and practice-based learning* (pp. 107–137). Springer.

Spencer L. M., & Spencer S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. Wiley.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นริมทาง กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

FACTORS INFLUENCING THE SUCCESS OF LOCAL STREET FOOD BUSINESSES IN THAILAND'S LOWER CENTRAL REGION

จุฑามาศ พีรพัชระ และอินท์ธีมา หิรัญอัครวงศ์
Chutamas Peeraphatchara and Intheema Hirunakrawong
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
พัชรนันท์ ยังวรวิเชียร*
Patcharanun Youngworawichian
สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Institute of Research and Development, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
*Corresponding Author E-mail: patcharanun.y@rmutp.ac.th
Received September 8, 2025; **Revised** January 13, 2026; **Accepted** January 20, 2026

บทคัดย่อ

อาหารริมทางเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและสังคม และมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเศรษฐกิจ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการดำเนินงานของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2) ศึกษาความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง และ 3) วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยการดำเนินงานต่อความสำเร็จของธุรกิจดังกล่าว กลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นริมทางในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 จำนวน 400 คน รวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบนำตัวแปรเข้าทั้งหมด ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางในมิติด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยมิติด้านสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.41) ขณะที่ความสำเร็จของธุรกิจด้านยอดขายและกำไร การแนะนำ และความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับมากเช่นกัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยด้านความพึงพอใจของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.26) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร และการแสดงออกถึงความเป็นไทยมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่บางปัจจัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเชิงลบหรือแตกต่างกันตามมิติของความสำเร็จ ทั้งนี้ ปัจจัยการดำเนินงานโดยรวมสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จของธุรกิจได้ประมาณร้อยละ 21–30 ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการกำหนดแนวทางพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ การจัดทำพื้นที่ต้นแบบอาหารริมทางตามมาตรฐานสุขาภิบาล และเป็นฐานข้อมูลสำหรับการศึกษาธุรกิจอาหารริมทางภายใต้บริบทเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลง

คำสำคัญ: ปัจจัยความสำเร็จ, ธุรกิจร้านอาหารริมทาง, กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง, นวัตกรรม

Abstract

Street food is closely associated with culture and society and plays an important role in supporting economic activities. This study aimed to 1) examine operational factors of local street food businesses in the Lower Central Region, 2) investigate business success, and 3) analyze the influence of operational factors on business success. The sample consisted of 400 local street food operators in the Lower Central Region 2. Data were collected using a questionnaire and analyzed using descriptive statistics (mean and standard deviation) and inferential statistics through multiple regression analysis with the enter method. The results indicated that overall business operations in terms of health, economic, social, cultural, and innovation dimensions were at a high level (mean = 4.08), with the social dimension showing the highest mean score (4.41). Business success in terms of sales and profit, recommendation, and customer satisfaction was also at a high level (mean = 4.08), with customer satisfaction ranking highest (mean = 4.26). Service quality, online marketing communication, food cleanliness and safety, food uniqueness, and the expression of Thai identity had a statistically significant positive influence on business success, while some operational factors showed negative or varied relationships depending on the success dimension. Overall, the operational factors examined were able to explain approximately 21–30% of the variance in business success. The findings provide empirical evidence for developing guidelines to enhance operators' capabilities, establishing hygienic street food prototype areas, and supporting further studies on street food businesses under changing economic and social contexts.

Keywords: Success factors, Street food business, Lower central region, Innovation

บทนำ

อาหารริมทางเป็นปรากฏการณ์ด้านอาหารระดับโลกที่มีความเชื่อมโยงกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการสร้างประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว โดยมีคุณค่าทางโภชนาการและความปลอดภัยของอาหารในรูปแบบที่แตกต่างกัน (Gonçalves, 2024) มักปรุงและจำหน่ายในพื้นที่สาธารณะ เช่น ริมฟุตบาท หน้าตึกแถว ย่านการค้า หรือในชุมชนหนาแน่น และมีชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามถนนหรือย่านการค้า เช่น ตลาดโต้รุ่ง (อัมพร จันทวิบูลย์ และคณะ, 2564) ส่วนใหญ่เป็นอาหารแบบดั้งเดิมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน ใช้วัตถุดิบสดใหม่จากท้องถิ่นและสูตรอาหารที่แตกต่างกัน มีลักษณะและรูปแบบการจำหน่ายที่แตกต่างกันไปตามบริบทพื้นที่ จึงมีบทบาทในการเชื่อมโยงกับพื้นที่และวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้รับความนิยมทั้งในกลุ่มคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเติบโตควบคู่กับอุตสาหกรรมบริการผ่านการผสมผสานระหว่างอาหารท้องถิ่นและคุณค่าทางวัฒนธรรม

สำหรับประเทศไทย พบว่า อาหารริมทางแพร่กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค โดยเฉพาะในเมืองที่มีบทบาททางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากลักษณะของอาหาร

ที่ปรุงสำเร็จ รับประทานสะดวก เข้าถึงง่าย ราคาไม่สูง และมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ แสดงถึงวัฒนธรรมอาหารของประเทศ (Jeaheng et al., 2023) ทั้งนี้ มีการคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2568 มูลค่าตลาดของธุรกิจอาหารริมทางจะเติบโตสูงกว่ากลุ่มธุรกิจอาหารอื่นประมาณร้อยละ 7 จากมูลค่ารายได้รวม 261,000 ล้านบาท โดยได้รับแรงหนุนจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีร่วมกับการนำเสนอประสบการณ์เชื่อมโยงกับความแท้จริงของวัฒนธรรมท้องถิ่น (พีรพงษ์ กิติเวชโภคาวัฒน์, 2569)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าอาหารริมทางจะมีส่วนสำคัญช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลกให้เดินทางมายังประเทศไทย ด้วยความหลากหลายของเมนูอาหาร ผนวกกับรสชาติที่โดดเด่น ราคาย่อมเยา ทำให้ครองใจนักท่องเที่ยวทั่วโลก แต่ผลกระทบจากการท่องเที่ยวและการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนก่อให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัย ปัญหาขยะเพิ่มมากขึ้นจากการใช้ภาชนะฟุ่มเฟือย และการจัดการขยะที่ไม่ถูกต้อง สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2566) จึงมีนโยบายพลิกโฉมอาหารริมทางของไทยให้มีสุขอนามัยที่ดี สะอาดปลอดภัย ไม่สร้างมลภาวะ และสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภค กำหนดให้รักษามาตรฐานอาหารริมทางด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารในร้านค้าแผงลอย และพัฒนานวัตกรรมด้านสุขาภิบาลอาหาร ด้วยการสร้างต้นแบบเชิงพื้นที่เพื่อยกระดับมาตรฐานอาหารริมทางและส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย และคัดเลือกพื้นที่ที่มีการจัดบริการอาหารริมทางใน 12 จังหวัดแต่ไม่ครอบคลุมจังหวัดในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย, 2563) ที่ผ่านมา มีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการอาหารริมทาง และรูปแบบอาหารริมทางและวิถีสร้างสรรค์เสน่ห์เพื่อการท่องเที่ยว (ชนบท บัวหลวง, 2564; ชัยนันต์ ไชยเสน, 2563) โดยมุ่งศึกษาในมุมมองนักท่องเที่ยวแต่ยังไม่ปรากฏงานที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จเชิงประจักษ์ของผู้ประกอบการในพื้นที่

จากบริบทและงานวิจัยที่ผ่านมา ยังพบข้อจำกัดของรูปแบบการวิจัยอาหารริมทาง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นริมทาง ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม ที่มีลักษณะโดดเด่นด้านอาหารท้องถิ่น เป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญแต่ยังไม่ได้เป็นพื้นที่ในโครงการของกรมอนามัย โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัยสู่รูปแบบการจัดการธุรกิจ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางและใช้จ่ายเพื่อสร้างรายได้แก่ธุรกิจระดับจังหวัด โดยกำหนดคำถามวิจัยว่า ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการด้านใดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นริมทาง ด้านยอดขาย การแนะนำ และความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งงานวิจัยนี้ อาหารท้องถิ่นริมทาง หมายถึง อาหารที่ผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 จำหน่ายในรูปแบบอาหารริมทาง และได้รับการประเมินการดำเนินงานตามมิติด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และนวัตกรรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการดำเนินงานของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยการดำเนินงานต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

การทบทวนวรรณกรรม

1. ความสำคัญของอาหารท้องถิ่น

อาหารท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในมิติทางสังคมและเศรษฐกิจ เพราะมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่น เชื่อมโยงสังคมในชุมชน สร้างรายได้แก่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการผ่านการเข้าถึงตลาดโดยตรง และเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจการท่องเที่ยว (Stein, & Santini, 2022; พัชร์ศศิ ศรีพิพัฒน์พรกุล และจุฑามาศ พีรพัชระ, 2567) Zhang et al. (2019) กล่าวว่า อาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิมเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวที่มองหาความแปลกใหม่เพื่อสร้างประสบการณ์ด้วยการค้นหาต้นตำรับอาหาร โดยเลือกผู้ปรุง ผู้ให้บริการ และสภาพแวดล้อมเพื่อสัมผัสประสบการณ์ความจริงแท้ของอาหารในทุกมิติ จึงชื่นชอบร้านอาหารที่ดำเนินงานโดยผู้คนในท้องถิ่น ผสานลักษณะท้องถิ่นที่รู้จักและไม่รู้จักผ่านวัฒนธรรม และยังใช้เป็นเครื่องมือดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นสื่อบอกเล่าเรื่องราวการดำเนินชีวิตสืบต่อกันมา หากเชื่อมโยงอาหารและการท่องเที่ยวได้จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำเสนออัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น

2. อาหารริมทาง

อาหารริมทางเป็นอาหารที่จำหน่ายอยู่ริมฟุตบาทบริเวณที่ทางราชการอนุญาต ได้แก่ ที่ทางสาธารณะ ที่ราชพัสดุ ที่สาธารณประโยชน์ บริเวณวัด หรือที่ริมน้ำ อาจจัดตั้งแบบถาวรหรือเคลื่อนย้ายได้ตามเวลาที่กำหนด โดยกรมอนามัยได้ให้ข้อกำหนดการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานอาหารริมทาง ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ มิติด้านสุขภาพ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านวัฒนธรรม มีการจัดโครงการพัฒนาอาหารริมทางปลอดภัยให้ได้มาตรฐานสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่ 12 จังหวัดทุกภูมิภาค (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย, 2563) ความสนใจเรื่องอาหารริมทางเพิ่มขึ้นตามกระแสความนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้น จุดหมายปลายทางจึงพยายามศึกษาความต้องการและทำความเข้าใจถึงเหตุผลที่อาหารริมทางได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ด้วยความเป็นธุรกิจขนาดเล็กแบบดั้งเดิม เป็นรายได้พื้นฐานของเศรษฐกิจฐานราก หลายประเทศจึงถือว่าธุรกิจนี้มีความสำคัญทางวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ และนักท่องเที่ยวเห็นว่า อาหารริมทางมีให้เลือกหลากหลายกว่าในร้านอาหาร และยังช่วยให้มีปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการเชื่อมโยงด้านอาหาร โดยเฉพาะในประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย (Jeaheng & Han, 2020; Henderson, 2019)

3. งานวิจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารริมทาง

ผลการศึกษาของ Jeahenget et al. (2023) ชี้ให้เห็นว่า คุณภาพอาหารริมทางไทยเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้ความเหมาะสมของราคา การมีส่วนร่วม และความตั้งใจซื้อซ้ำของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ความปลอดภัยและสุขอนามัย รสชาติและประสาทสัมผัส การบริการ

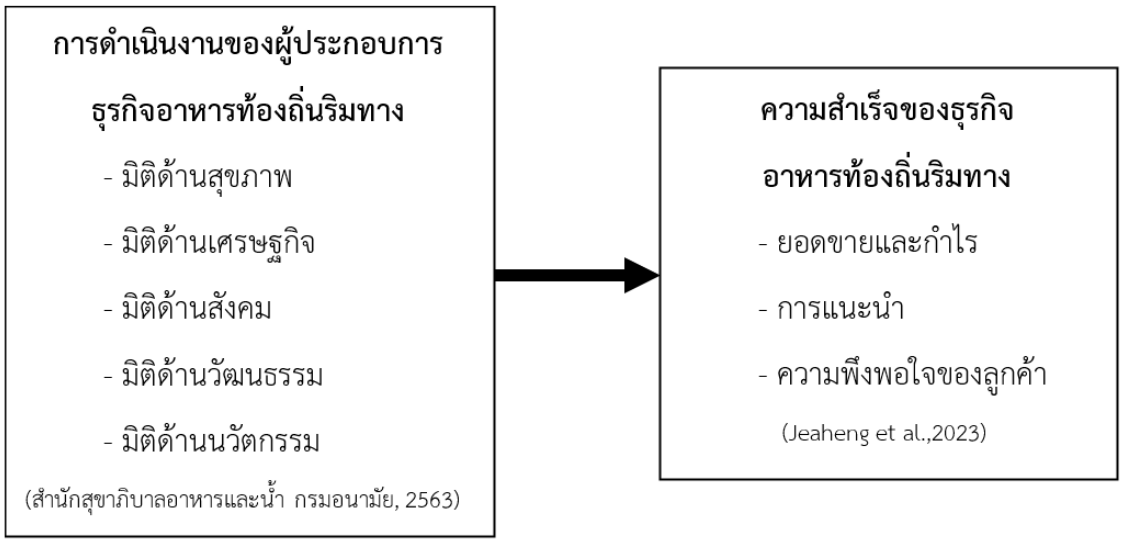
สภาพแวดล้อม ราคาที่สมเหตุสมผล ช่วยเสริมการมีส่วนร่วมและเพิ่มโอกาสการซื้อซ้ำ ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพกับการรับรู้ราคาพบว่าเด่นชัดมากในนักท่องเที่ยวจากวัฒนธรรมตะวันออก Jeaheng & Han (2020) พบว่า อาหารริมทางไทยจัดกลุ่มเป็น 9 มิติ ได้แก่ ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและท้องถิ่น เมนูและบรรยากาศ การบริการของพนักงาน คุณภาพอาหารหลัก ความคุ้มค่า ความน่าดึงดูดใจของผลิตภัณฑ์ และอื่น ๆ มีความสำคัญเชิงบวกในการทำนายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังเลือกที่จะจ่ายเมื่อมั่นใจว่า อาหารนั้นสะอาดและปลอดภัยต่อสุขภาพด้วย (Salamandane et al., 2023; Shi & Nuangjamnong, 2023) การแนะนำการดำเนินงานจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพสิ่งแวดล้อมและการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยบ่งชี้ว่าการตัดสินใจของผู้บริโภคต่อการเลือกใช้บริการอาหารริมทาง ได้รับอิทธิพลจากบุคคลที่มีความสำคัญในชีวิต ในการให้คำแนะนำหรือบอกต่อ นำมาซึ่งความพึงพอใจเมื่อได้รับบริการที่ตรงความต้องการ (Tacardon et al., 2023)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า อาหารท้องถิ่นและอาหารริมทางได้รับการยอมรับว่าเป็นทรัพยากรสำคัญที่เชื่อมโยงมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยว โดยทำหน้าที่ทั้งสร้างรายได้และถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านประสบการณ์ด้านอาหาร งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเน้นคุณค่าความจริงแท้ของอาหารและประสบการณ์ผู้บริโภค เช่น ความปลอดภัย รสชาติ การบริการ และบรรยากาศ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภค ขณะที่งานเชิงนโยบายของกรมอนามัยมุ่งพัฒนามาตรฐานอาหารริมทางในมิติด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ความแตกต่างดังกล่าวแสดงให้เห็นช่องว่างของงานวิจัยที่ยังขาดการบูรณาการกรอบการดำเนินงานของผู้ประกอบการกับผลลัพธ์เชิงธุรกิจโดยตรง และยังไม่ครอบคลุมมิติด้านนวัตกรรมที่มีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจในบริบทปัจจุบัน งานวิจัยนี้จึงพัฒนากรอบแนวคิดโดยประยุกต์กรอบการพัฒนาอาหารริมทางของกรมอนามัยและขยายด้วยมิติด้านนวัตกรรม เพื่ออธิบายความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางในมิติของยอดขายและกำไร การแนะนำ และความพึงพอใจของลูกค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการในมิติคุณภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และนวัตกรรม ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ด้านยอดขายและกำไร การแนะนำ และความพึงพอใจของลูกค้า ตามแผนภาพที่ 1 และกำหนดสมมติฐานเชิงแนวคิด ดังนี้

การดำเนินงานของผู้ประกอบการด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ในมิติยอดขายและกำไร การแนะนำ และความพึงพอใจของลูกค้า



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการธุรกิจอาหารริมทางในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ได้แก่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม ใช้สูตรการคำนวณสำหรับประชากรไม่ทราบจำนวนของ Cochran (1953) เพื่อประมาณขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมภายใต้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวน 384 คน ทั้งนี้ สูตรดังกล่าวใช้เพื่อกำหนดจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำ เนื่องจากลักษณะของธุรกิจอาหารริมทางไม่มีกรอบรายชื่อประชากรที่ชัดเจนและมีข้อจำกัดเชิงปฏิบัติในการเข้าถึงผู้ประกอบการ งานวิจัยนี้จึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยอาศัยความสะดวกในการคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามที่สามารถเข้าถึงได้และยินยอมให้ข้อมูล ซึ่งเป็นแนวทางที่นิยมใช้ในงานวิจัยด้านบริการและการตลาด (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563; Jeaheng et al., 2023) ทั้งนี้ได้ผู้ประกอบการจังหวัดละ 100 คน รวม 400 คน ซึ่งมากกว่าขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่คำนวณได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามตามแนวทางของสำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย (2563) แบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 การดำเนินงานของผู้ประกอบการ มี 5 มิติ แต่ละมิติมีข้อคำถาม 6-9 คำถาม ตัวอย่างข้อคำถามมิติสุขภาพ ด้านคุณภาพอาหาร ได้แก่ 1) ใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นเป็นส่วนประกอบในการทำอาหาร 2) มีเทคนิคการปรุงอาหารที่โดดเด่นตามสูตรพื้นบ้าน ตอนที่ 2 ความสำเร็จของธุรกิจ มี 3 ด้าน แต่ละด้านมีข้อคำถาม 3 คำถาม ตัวอย่างข้อคำถามความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ 1) ลูกค้าแสดงความชื่นชมรสชาติอาหารทั้งต่อหน้าและผ่านการบอกต่อ 2) ลูกค้ารายเดิมเข้ามาใช้บริการซ้ำอย่างสม่ำเสมอ เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ด้วยการคำนวณดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) มีค่าระหว่าง 0.80–1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) และทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัคได้ค่าเท่ากับ 0.91 สูงกว่าเกณฑ์ 0.70 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นและเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการวิจัย (Cronbach, 1972; ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2562)

3. รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จัดทำแบบสอบถามในรูปของเอกสารและแบบสอบถามออนไลน์และส่งลิงก์แบบสอบถามผ่านระบบ Google Form ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ตอบ มีการปฏิบัติตามจริยธรรมการวิจัยโดยขอความยินยอมจากผู้ตอบแบบสอบถาม และการรักษาความลับของข้อมูล โดยดำเนินการระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน 2568

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง โดยพิจารณานัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Islam & Ullah, 2022) การแปลผลค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์ 5 ระดับ โดยกำหนดช่วงคะแนนเท่ากัน ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด 3.41–4.20 ระดับมาก 2.61–3.40 ระดับปานกลาง 1.81–2.60 ระดับน้อย และ 1.00–1.80 ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ปัจจัยการดำเนินงานของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

(n=400)

รายการ	$\bar{x}$	S.D	ระดับ
มิติด้านสุขภาพ	**4.10**	**0.52**	**มาก**
1. คุณภาพอาหาร	4.10	0.52	มาก
2. ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร	3.87	0.52	มาก
3. คุณภาพการบริการ	4.33	0.52	มากที่สุด
มิติด้านเศรษฐกิจ	**3.97**	**0.46**	**มาก**
1. ความคุ้มค่าสมราคา	4.25	0.50	มากที่สุด
2. การบริหารจัดการ (คน เงิน งาน สถานที่และอุปกรณ์)	3.99	0.40	มาก
3. การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์	3.90	0.45	มาก
4. การสนับสนุน	3.76	0.50	มาก
มิติด้านสังคม	**4.41**	**0.49**	**มากที่สุด**
1. ความหลากหลายของอาหาร	4.04	0.51	มาก
2. บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร	4.17	0.46	มาก
3. การเข้าถึงได้ง่าย	4.22	0.50	มากที่สุด
มิติด้านวัฒนธรรม	**4.10**	**0.58**	**มาก**
1. ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	4.18	0.55	มาก
2. การแสดงออกถึงความเป็นไทย	4.02	0.62	มาก
มิติด้านนวัตกรรม	**3.82**	**0.56**	**มาก**
1. การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม	3.71	0.61	มาก
2. การสร้างสรรค์นวัตกรรม	3.93	0.51	มาก
ค่าเฉลี่ยการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง	**4.08**	**0.40**	**มาก**

จากตารางที่ 1 การดำเนินงานของผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่นริมทางโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติ พบว่า มิติด้านสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.41) รองลงมาคือ มิติด้านสุขภาพ ($\bar{x}$ = 4.10) ซึ่งอยู่ในระดับมาก ในขณะที่มิติด้านวัฒนธรรม ($\bar{x}$ = 4.10) มิติด้านเศรษฐกิจ ($\bar{x}$ = 3.97) และมิติด้านนวัตกรรม ($\bar{x}$ = 3.82) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

(n=400)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ยอดขายและกำไร	3.86	0.64	มาก
การแนะนำ	4.13	0.66	มาก
ความพึงพอใจของลูกค้า	4.26	0.65	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง	**4.08**	**0.65**	**มาก**

จากตารางที่ 2 ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.08) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.26) รองลงมาคือ ด้านการแนะนำ ($\bar{x}$ = 4.13) และยอดขายและกำไร ($\bar{x}$ = 3.86) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 3 อิทธิพลของปัจจัยการดำเนินงานต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ตรวจสอบความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระโดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งไม่ควรสูงเกิน 0.80 ผลการศึกษาพบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดไม่เกินเกณฑ์ดังกล่าว แสดงว่าไม่พบปัญหาความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Multicollinearity) สามารถนำไปวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณได้ โดยผลการวิเคราะห์ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง	ยอดขายและกำไร	การแนะนำ	ความพึงพอใจของลูกค้า
	Adj-R^2 = 0.215	Adj-R^2 = 0.245	Adj-R^2 = 0.299
คุณภาพอาหาร	-0.134**	0.007	-0.072*
ความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร	0.216**	0.100*	-0.124**
คุณภาพการบริการ	-0.188**	0.085*	0.258*
ความคุ้มค่าสมราคา	0.002	0.060*	0.103*
การบริหารจัดการ	0.096	-0.028	0.151*
การใช้การสื่อสารการตลาดออนไลน์	-0.107	-0.083*	0.214**
การสนับสนุน	-0.078	0.075*	0.005

การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง	ยอดขายและกำไร	การแนะนำ	ความพึงพอใจของลูกค้า
	Adj-R^2 = 0.215	Adj-R^2 = 0.245	Adj-R^2 = 0.299
ความหลากหลายของอาหาร	-0.219**	0.014	-0.023
บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานที่จำหน่ายอาหาร	-0.098	0.085*	-0.173**
การเข้าถึงได้ง่าย	0.152**	0.067	0.186**
ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร	0.197**	0.013	0.149**
การแสดงออกถึงความเป็นไทย	0.101*	0.214**	0.123**
การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม	0.006	-0.099*	-0.208**
การสร้างสรรค์นวัตกรรม	-0.006	-0.126*	0.078*

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางแตกต่างกันทั้งในด้านขนาดและทิศทางของผลกระทบ โดยด้านยอดขายและกำไร ปัจจัยด้านความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร การเข้าถึงได้ง่าย ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร และการแสดงออกถึงความเป็นไทยส่งผลเชิงบวก ขณะที่คุณภาพการบริการ ความหลากหลายของอาหาร และคุณภาพอาหารมีความสัมพันธ์เชิงลบ ด้านการแนะนำ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์อาหารส่งผลเชิงบวก ขณะที่ปัจจัยด้านนวัตกรรมบางประการส่งผลเชิงลบ ส่วนด้านความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ปัจจัยด้านการบริการ การสื่อสารการตลาดออนไลน์ การเข้าถึง และอัตลักษณ์อาหารส่งผลเชิงบวก ขณะที่บรรยากาศสถานที่และการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงลบ ทั้งนี้ ค่า Adjusted R^2 ของแบบจำลองอยู่ระหว่างร้อยละ 21–30 แสดงว่าผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จได้ในระดับปานกลาง และอาจมีปัจจัยอื่นนอกเหนือจากผลการศึกษาที่มีบทบาทต่อความสำเร็จของธุรกิจดังกล่าว

อภิปรายผล

การดำเนินงานและความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ผลการวิจัย พบว่า การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างอยู่ในระดับมากทุกมิติ โดยเฉพาะด้านคุณภาพการบริการ ความคุ้มค่าสมราคา และการเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจอาหารริมทางที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็ว และความคุ้มค่าในการบริโภค ความสำเร็จของธุรกิจโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากเช่นกัน โดยด้านยอดขายและกำไรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการแนะนำและความพึงพอใจของลูกค้า ผู้วิจัยเห็นว่า ความสำเร็จของธุรกิจอาหารริมทางในพื้นที่ศึกษามาจากการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภค ซึ่งเป็นหัวใจการแข่งขันของธุรกิจ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของพิษณุ บางเขียว (2565) และชนบท บัวหลวง (2564) ที่ชี้ว่าอาหารริมทางมีบทบาทสำคัญในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมถึงงานของ Jeaheng & Han (2020) ที่เน้นบทบาทของคุณภาพอาหาร การบริการ และความแท้จริงต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยผลการวิจัยนี้อาจอธิบายได้จากบริบท

ของอาหารริมทางซึ่งเป็นธุรกิจที่เน้นการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภค ได้แก่ ความสะดวก รวดเร็ว และความคุ้มค่า ส่งผลให้ปัจจัยด้านการบริการ ราคา และการเข้าถึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจมากกว่าปัจจัยเชิงโครงสร้างอื่น

อิทธิพลของปัจจัยการดำเนินงานต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการดำเนินงานของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางแตกต่างกันทั้งด้านขนาดและทิศทางของผลกระทบ โดยปัจจัยด้านคุณภาพอาหาร ความสะอาดและความปลอดภัย การเข้าถึงได้ง่าย คุณภาพการบริการ และการแสดงออกถึงความเป็นไทย มีบทบาทต่อความสำเร็จในหลายมิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการมากร่วมกับปัจจัยเกี่ยวข้องอื่น ๆ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานของโอปอล์ สุวรรณเมฆ และอภิวรรตน์ กรมเมือง (2562) ที่พบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงและรสชาติอาหารมีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารริมทาง รวมถึงงานของ Praesri et al. (2022) ที่เสนอว่าการพัฒนาอาหารริมทางควรให้ความสำคัญกับราคา ผู้คน กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพควบคู่กัน

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยัง พบว่า ความหลากหลายของอาหารมีความสัมพันธ์เชิงลบกับยอดขายและกำไร อาจอธิบายได้ว่า การเพิ่มจำนวนเมนูอาหารในบริบทของอาหารริมทางอาจทำให้ต้นทุนวัตถุดิบและการจัดการเพิ่มขึ้นและส่งผลต่อความต่อเนื่องของคุณภาพอาหาร ขณะที่ผู้บริโภคอาหารริมทางอาจให้คุณค่ากับเมนูเด่นหรือความชำนาญเฉพาะด้านมากกว่าความหลากหลายของเมนู นอกจากนี้ การศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรม พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจของลูกค้า อาจเกิดจากการนำนวัตกรรมที่ไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคมาใช้ ซึ่งอาจลดระดับความคุ้นเคยและความรู้สึกถึงความแท้จริงของอาหารริมทาง ทั้งนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของ Jeaheng & Han (2020) ที่ให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์และความแท้จริงของอาหารมากกว่านวัตกรรมเชิงเทคนิค

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยผ่านกรอบ Street Foods Model พบว่า ปัจจัยด้านสุขอนามัย รสชาติ อัตลักษณ์อาหาร และการสนับสนุน มีบทบาทเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารริมทาง ขณะที่ปัจจัยด้านนวัตกรรมควรนำมาใช้ให้เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่นและความคาดหวังของผู้บริโภค สอดคล้องกับข้อเสนอของชัยนันต์ ไชยเสน (2563) และนโยบายภาครัฐที่มุ่งยกระดับมาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัยของอาหารริมทาง (สุนิษฐา เศรษฐีธร, 2561) ทั้งนี้ ค่า Adjusted R^2 ที่อยู่ในช่วงร้อยละ 21–30 บ่งชี้ว่า ความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้รวมอยู่ในปัจจัยที่ศึกษา เช่น ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ ทุนทางสังคม ทำเลที่ตั้ง และบริบทเชิงพื้นที่ (Abdullah et al., 2023) ซึ่งควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติมในงานวิจัยสำหรับอนาคต

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

งานวิจัยนี้ ค้นพบปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางกลุ่มจังหวัดภาคกลาง ตามแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากแผนภาพที่ 2 งานวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในระดับเชิงประจักษ์และเชิงปฏิบัติ โดยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการดำเนินงานของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางส่งผลต่อความสำเร็จในทิศทางที่แตกต่างกัน สามารถจัดลำดับปัจจัยที่มีบทบาทเชิงบวกอย่างเด่นชัด ได้แก่ คุณภาพการบริการ ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร การเข้าถึงได้ง่าย ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร และการแสดงออกถึงความเป็นไทย ขณะเดียวกันยังพบความสัมพันธ์เชิงลบของบางปัจจัย เช่น ความหลากหลายของอาหารและการศึกษาค้นคว้าด้านนวัตกรรมต่อความสำเร็จบางมิติ ซึ่งเป็นประเด็นที่งานวิจัยก่อนหน้ายังกล่าวถึงไม่ชัดเจน องค์ความรู้นี้สามารถใช้เป็นแนวทางเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานระดับจังหวัดในการสนับสนุนและยกระดับธุรกิจอาหารริมทางให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่และความต้องการของผู้บริโภค

สรุป

ผลการวิจัย พบว่า การดำเนินงานและความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทางในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างอยู่ในระดับสูง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลเด่น ได้แก่ คุณภาพการบริการ ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร ความเป็นเอกลักษณ์และการแสดงออกถึงความเป็นไทย รวมถึงการเข้าถึงได้ง่าย ทั้งนี้ ปัจจัยการดำเนินงานทั้ง 14 ด้านสามารถอธิบายความสำเร็จของธุรกิจได้ประมาณร้อยละ 21–30 ชี้ให้เห็นว่ายังมีปัจจัยอื่นนอกเหนือจากแบบจำลองที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงนโยบายเพื่อสนับสนุนและยกระดับธุรกิจอาหารริมทางให้เหมาะสมกับบริบทพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการวิจัย พบว่า คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอาหารท้องถิ่นริมทาง หน่วยงานระดับจังหวัดจึงควรจัดโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการโดยเน้นอบรมด้านจิตบริการ การสื่อสารกับลูกค้า และการสร้างประสบการณ์ที่ดีในการให้บริการเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและการบอกต่อของผู้บริโภค

1.2 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร เป็นความคาดหวังหลักของผู้บริโภค จึงควรได้รับการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดแนวทางอาทิ จัดทำพื้นที่ต้นแบบอาหารริมทางที่ผ่านมาตรฐานสุขาภิบาล รับรองร้านอาหารริมทางปลอดภัย ฝึกอบรมด้านสุขลักษณะและการจัดการความเสี่ยงด้านความปลอดภัยอาหารอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคและยกระดับภาพลักษณ์อาหารริมทางในพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงในบริบทพื้นที่ต่าง ๆ เช่น โครงสร้างต้นทุน ทำเลที่ตั้ง และลักษณะผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความครอบคลุมและความแม่นยำในการอธิบายความสำเร็จของธุรกิจอาหารริมทาง

2.2 ควรศึกษาความสำเร็จของธุรกิจอาหารริมทางโดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน เปรียบเทียบมุมมองของผู้บริโภคและผู้ประกอบการ และอาจใช้การวิจัยเชิงติดตามเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของนโยบายและพฤติกรรมการบริโภคในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

ชนบท บัวหลวง. (2564). นโยบายสาธารณะ: การพัฒนารูปแบบการจัดการอาหารริมบาทวิถี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน จังหวัดลพบุรี. *วารสารสาธารณสุขและวิทยาศาสตร์สุขภาพ, 4*(1), 175–190. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/tjph/article/view/248982

ชัยนันต์ ไชยเสน. (2563). อาหารริมทางภูเก็ต: รูปแบบอาหารริมทางและวิถีสร้างสรรค์เสน่ห์เพื่อการท่องเที่ยว. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 9*(2), 120–127. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wms/article/view/241859

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 18). บิซิเนสอาร์แอนด์ดี.

พัชร์ศศิ ศรีพิพัฒน์พรกุล และจุฑามาศ พีรพัชระ. (2567). เส้นทางท่องเที่ยวสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารชุมชนกุฎีจีน. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 6(1), 179-193. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/274943/182847

พิษณุ บางเขียว. (2565). อาหารริมบาทวิถีฝั่งธนบุรี: การเปลี่ยนแปลงของสังคมเมืองเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารทีทัศน์วัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 21*(1), 145–165. https://culture.bsru.ac.th/wp-content/uploads/2022/06/10-ทีทัศน์-21-ฉ1-ปี65-อาหารริมบาทวิถี.pdf

พีรพงษ์ กิติเวชโภคาวัฒน์. (2569, 7 มกราคม). *สภาวะ Thailand Street food*. Businesscoach. https://businesscoach.co.th/%E0%B8%AA%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%B0%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88streetfood-thailand/#_Toc218671705

ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2562). *ระเบียบวิธีการวิจัย.* เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *SDGs กับอาหารริมทาง*. https://www.sdgport-th.org/2021/02/sdgs-street-food/

สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย. (2563). *คู่มือการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานอาหารริมบาทวิถี (Street Food Good Health)*. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.

อัมพร จันทวิบูลย์, ชัยเลิศ กิ่งแก้วเจริญชัย, ประภัสสร ผลวงษ์, ศิริวรรณ ลิมปรังษี และนันทิยาณี แก้วเรือง. (2564). การพัฒนารูปแบบตลาดสด (ประเภท 1) บนฐานวิถีชีวิตใหม่. *วารสารการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม, 44*(3), 90–102. https://km.anamai.moph.go.th/web-upload/53x55a084987dc6d8919ac62a437d2bcf15/m_magazine/35516/4030/file_download/f444976cfd038a460a601b1095fc2e91.pdf

โอปอล์ สุวรรณเมฆ และอภิวรรตน์ กรมเมือง. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 10*(2), 144–155. https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/11958

Abdullah, T., Lee, C., & Carr, N. (2023). Defining success and failure in the hospitality industry's microenterprises: A study of Indonesian street food vendors. *International Journal of Hospitality Management, 109*, 103403. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103403

Cochran, W. G., Mosteller, F., & Tukey, J. W. (1953). Statistical Problems of the Kinsey Report. *Journal of the American Statistical Association, 48*(264), 673–716. https://doi.org/10.1080/01621459.1953.10501194

Cronbach, L. J., Gleser, G. C., Nanda, H., & Rajaratnam, N. (1972). *The dependability of behavioral measurement*. John Wiley.

Gonçalves, B. V., Da Silva, B. V., & Andrade, A. A. (2024). Street food: Assessing its impact on public health, economy, and society in light of nutritional benefits and microbial risks – a narrative review. *Acta Biologica Brasiliensia, 7*(2), 31–45. https://doi.org/10.18554/acbiobras.v7i2.8047

Henderson, J.C. (2019). *Street Food and Tourism: A Southeast Asian Perspective.* In: Park, E., Kim, S., Yeoman, I. (eds) Food Tourism in Asia. Perspectives on Asian Tourism. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-13-3624-9_4

Islam, D. N., & Ullah, G. M. (2022). Factors affecting consumers' preferences on fast food items in Bangladesh. *Journal of Applied Business Research,* 26(4), 131-146. https://doi.org/10.19030/jabr.v26i4.313

Jeaheng, Y., & Han, H. (2020). Thai street food in the fast growing global food tourism industry: Preference and behaviors of food tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *45*, 641–655. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.11.001

Jeaheng, Y., Al-Ansi, A., Chua, B. L., Ngah, A. H., Ryu, H. B., Ariza-Montes, A., & Han, H. (2023). Influence of Thai street food quality, price, and involvement on traveler behavioral intention: Exploring cultural difference (eastern versus western). *Psychology Research and Behavior Management, 16*, 223–240. http://dx.doi.org/10.2147/PRBM.S371806

Praesri, S., Meekun, K., Lee, T. J., & Hyun, S. S. (2022). Marketing mix factors and a business development model for street food tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 52,* 123–127. https://doi.org/10.1016/j.jhtm. 2022.06.007

Salamandane, A., Malfeito-Ferreira, M., & Brito, L. (2023). The Socioeconomic Factors of Street Food Vending in Developing Countries and Its Implications for Public Health: A Systematic Review. *Foods*, *12*(20), 3774. https://doi.org/10.3390 /foods12203774

Shi, H., & Nuangjamnong, C. (2023). A quantitative study of factors affecting customer satisfaction of the street food restaurants in Bangkok. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies, 3*(5), 44–56.

Stein, A. J., & Santini, F. (2022). The sustainability of "local" food: A review for policy-makers. Review of Agricultural, *Food and Environmental Studies*, 103(1), 77-89. https://doi.org/10.1007/s41130-021-00148-w

Tacardon, E. R., Ong, A. K. S., & Gumasing, M. J. J. (2023). The perception of food quality and food value among the purchasing intentions of street foods in the capital of the Philippines. *Sustainability, 15*(16), 12549. https://doi.org/10.3390/su151612549

Zhang, T., Chen, J., & Hu, B. (2019). Authenticity, quality, and loyalty: Local food and sustainable tourism experience. *Sustainability, 11*(12), 3437. https://doi.org/ 10.3390/su11123437

การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วม เพื่อการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านตะโกล่าง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

PRODUCT DEVELOPMENT BASED ON COMMUNITY RESOURCES THROUGH A PARTICIPATORY PROCESS FOR SUSTAINABLE COMMUNITY MANAGEMENT OF BAN TAKO LANG, SUANPHUENG DISTRICT, RATCHABURI PROVINCE

ประภัสสร มีน้อย
Prapatsorn Meenoi
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
Faculty of Humanities and Social Sciences, Muban Chom Bueng Rajabhat University
*Corresponding Author E-mail: Giggle9940@gmail.com
Received September 14, 2025; **Revised** January 20, 2026; **Accepted** January 24, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านตะโกล่าง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี 2) พัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วม และ 3) ประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ พร้อมเสนอแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และเชิงปริมาณด้วยสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า

1) ชุมชนบ้านตะโกล่างมีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาโดยเฉพาะการรวมกลุ่มในรูปแบบองค์กรชุมชนที่สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เฉพาะถิ่น

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบด้วยการอบรมเชิงปฏิบัติการแปรรูปหน่อไม้เป็นวัตถุดิบหลักช่วยให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้การผลิตหน่อไม้หลากหลายชนิด พร้อมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน ผู้เข้าร่วมอบรมมีความเข้าใจเชิงลึกจากการลงมือปฏิบัติ ทั้งด้านเทคนิคการผลิต การสร้างอัตลักษณ์ และการตลาด สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการต่อยอดธุรกิจ ก่อให้เกิดการทำงานอย่างมีส่วนร่วม

3) ผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบรับในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.51, S.D. = 0.57) โดยเฉพาะในด้านบรรจุภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}$ = 4.62, S.D. = 0.53) สำหรับแนวทางจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนควรเน้นการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการยกระดับมาตรฐานการผลิต พัฒนาแบรนด์ และขยายตลาดด้วยกลยุทธ์ร่วมสมัย ข้อค้นพบจากการวิจัย คือ กระบวนการมีส่วนร่วมสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาดได้อย่างยั่งยืน โดยเน้นการสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารการตลาดที่สร้างการจดจำ

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน, ทรัพยากรชุมชน, กระบวนการมีส่วนร่วม, การจัดการชุมชน, ความยั่งยืน

Abstract

This study aimed to 1) examine baseline information on community products in Ban Tako Lang, Suan Phueng District, Ratchaburi Province, Thailand, 2) develop community product prototypes based on local resources through a participatory process, and 3) assess satisfaction with the product prototypes as well as propose management guidelines to promote sustainable community management. A participatory action research (PAR) design was employed to accomplish the objectives. Data were collected through in-depth interviews, focus-group discussions, and questionnaires. Qualitative data were analyzed using content analysis, while quantitative data were analyzed using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The findings indicated that:

1) Ban Tako Lang had strong potential in natural resources, culture and local wisdom, and grouping particularly in the form of community organization that could support local product prototypes.

2) Prototype development implemented via hands-on workshops on processing bamboo shoots as the main raw material enabled participants to learn about a variety of new bamboo-shoot products and co-design packaging that met standards and ensured consumer safety. Through practice-based learning, participants developed deeper understanding across production techniques, identity building, and basic marketing, which inspired business expansion and fostered collaborative participation and networking with experts.

(3) Tourist satisfaction with the prototypes was very high overall ($\bar{x}$ = 4.51, S.D. = 0.57), particularly in packaging and marketing promotion aspects ($\bar{x}$ = 4.62, S.D. = 0.53). Guidelines for community product management should emphasize entrepreneurial capacity building, the elevation of production standards, brand development, and market expansion through contemporary strategies. The research findings indicate that a participatory process can generate value addition and sustainably enhance the competitiveness of community products. This is achieved by reflecting community identity through packaging and marketing communications designed to foster brand recognition.

Keywords: Community product development, Community resources, Participatory process, Community management, Sustainability

บทนำ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและความยั่งยืนให้แก่ชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของชุมชนที่มีภูมิปัญญาและทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ งานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางเทคนิค สร้างรายได้ทางเลือก และอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน (Oropeza Tosca et al., 2024) การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับสมาชิกชุมชนสามารถสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและมีศักยภาพทางการตลาด (Suksikarn & Suksikarn, 2024) นอกจากนี้ กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการยังช่วยเพิ่มศักยภาพทางเทคนิคของชุมชนและสร้างแหล่งรายได้ทางเลือกให้แก่ครัวเรือน (Masyarakat & Sampah, 2024) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจะมีความสำคัญ แต่ยังคงมีช่องว่างการวิจัยที่สำคัญหลายประการที่ต้องได้รับการแก้ไข ได้แก่ 1) ชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคนิคที่ทันสมัยและมีมาตรฐาน โดยเฉพาะในด้านการแปรรูปวัตถุดิบ การเพิ่มมูลค่า และการสร้างแบรนด์ (Masyarakat & Sampah, 2024) 2) ผลิตภัณฑ์ชุมชนมักประสบปัญหาด้านการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้นและการขาดมาตรฐานคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในหลายชุมชนยังขาดการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของสมาชิกชุมชนในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการ การออกแบบ การผลิตต้นแบบ ไปจนถึงการทดสอบตลาด (Suksikarn & Suksikarn, 2024) และ 4) การบูรณาการระหว่างทรัพยากรท้องถิ่น ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเข้ากับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ยังไม่เพียงพอ แม้ว่าจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความแตกต่างและความยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์ (Oropeza Tosca et al., 2024)

ชุมชนบ้านตะโกล่าง ตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นชุมชนชาติพันธุ์ไทย-กะเหรี่ยงที่มีทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย แต่ยังประสบปัญหาดังที่กล่าวมาข้างต้น โดยเฉพาะการขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การขาดมาตรฐานคุณภาพ และการเข้าถึงตลาดที่จำกัด การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของสมาชิกชุมชน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งประกอบด้วยการวางแผนร่วม การปฏิบัติร่วม การสังเกตร่วม และการสะท้อนผลร่วม เพื่อให้ชุมชนเป็นเจ้าของกระบวนการพัฒนาอย่างแท้จริง การวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถเติมเต็มช่องว่างการวิจัยที่มีอยู่ โดยเฉพาะในด้านการบูรณาการทรัพยากรท้องถิ่น ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเข้ากับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและสามารถแข่งขันในตลาดได้ ตลอดจนสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคมให้แก่ชุมชนในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านตะโกล่าง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วม
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ และเสนอแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์

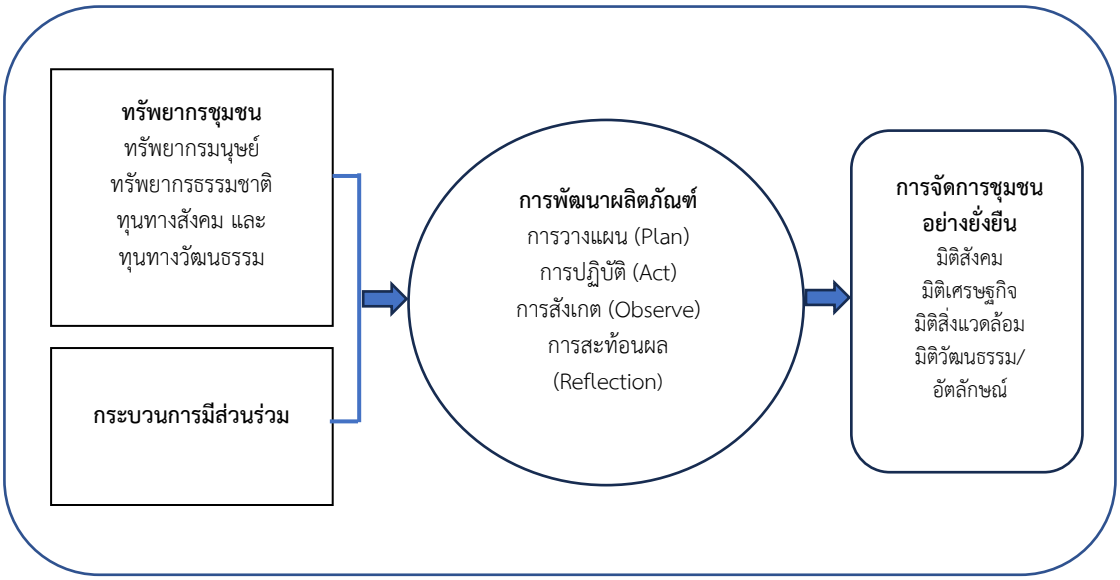
การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด	ความหมาย	องค์ประกอบ	เป้าหมาย	แหล่งอ้างอิง
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน	กระบวนการสร้าง พัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชน ที่นำทรัพยากรชุมชน (ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น) มาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และตอบสนองตลาด	- การระดมความคิดเห็นและวางแผน - การคัดเลือกและออกแบบผลิตภัณฑ์ - การจัดการทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา - การประเมินและวางแผนการตลาด - ความร่วมมือของผู้นำชุมชนและเครือข่าย	สร้างความเข้มแข็งยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคมแก่ชุมชน	Hoaihongthong & Tuamsuk, 2024; Phukamchanoad et al., 2024
การจัดการทรัพยากรชุมชน	การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผน ตัดสินใจ ดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรส่วนรวม	- การมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ - การเสริมสร้างศักยภาพชุมชน - การเพิ่มอำนาจในการตัดสินใจ - การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง - การสร้างสมดุลระหว่างพัฒนาและอนุรักษ์	สร้างความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม	Rivera et al., 2024; Heffernan, 2022; Mawutor & Hajjar, 2024; Agyare et al., 2024
กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน	กระบวนการที่สมาชิกในชุมชนมีบทบาทในการเข้าร่วมกิจกรรมด้วยการวางแผน แสดงความคิดเห็น ตัดสินใจ และดำเนินการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับชีวิตตนเองและชุมชน	- การเปิดโอกาสเข้าถึงข้อมูล - การแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะ - การตัดสินใจร่วมกัน - การติดตามประเมินผล - ความร่วมมือกับเครือข่ายภาคส่วนต่าง ๆ	สร้างความเป็นธรรม โปร่งใส ความรับผิดชอบ และวามรู้สึกเป็นเจ้าของ	Alves de Souza, 2025; Syuhada, 2024; Damanik et al., 2023
การจัดการชุมชนอย่างยั่งยืน	กระบวนการบริหารจัดการชุมชนอย่างมีส่วนร่วม ที่มุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนในมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เสริมสร้างการใช้ทรัพยากรชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ	- การวางแผน ตัดสินใจ และติดตามประเมินผล - การประเมินบริบทท้องถิ่น - การบูรณาการความรู้กับภูมิปัญญา - การสร้างเครือข่ายร่วมพัฒนา - การพัฒนาศักยภาพและความเป็นเจ้าของ	สร้างสมดุลระหว่างความต้องการปัจจุบันและอนาคต และการปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน	Biancardi et al., 2023; Wang & Ke, 2024; Dushkova & Ivlieva, 2024

ในบริบทของชุมชนตะโกล่าง การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรชุมชนจึงต้องอาศัย (1) กระบวนการมีส่วนร่วมเป็นกลไกขับเคลื่อน (2) การจัดการทรัพยากรชุมชนเป็นฐานรากในการสร้างสรรค์ (3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม และ (4) การจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนเป็นกรอบและเป้าหมายในการพัฒนา ทั้ง 4 แนวคิดมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันเป็นวงจรที่ส่งเสริมซึ่งกันและกัน นำไปสู่การพัฒนาชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดของเคมมิส และแมกทาการ์ท (Kemmis & McTaggart, 1990) โดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และเชิงปริมาณด้วยสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ตามแนวคิดของเคมมิส และแมกทาการ์ท (Kemmis & McTaggart, 1990) ที่เรียกว่า PAOR ได้แก่ การวางแผน (Plan) การปฏิบัติ (Act) การสังเกต (Observe) และการสะท้อนผล (Reflection) มีการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 : การวางแผน (วัตถุประสงค์ที่ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของชุมชนบ้านตะโกล่าง โดยการสำรวจศักยภาพ ความต้องการ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรในพื้นที่ เก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มร่วมกับผู้นำและสมาชิกศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงฯ จำนวน 10 คน เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการวิจัยและร่วมกันกำหนดแนวทางพัฒนา

ผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรชุมชน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์ มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.85 ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อสรุปประเด็นสำคัญสำหรับใช้ในขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 : การปฏิบัติ (วัตถุประสงค์ที่ 2) เพื่อพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยร่วมกับวิทยากร ผู้นำ และสมาชิกศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง จัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการและมติของกลุ่ม เพื่อถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีการผลิต พร้อมร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนและใช้ประโยชน์ได้จริง กลุ่มเป้าหมายคือสมาชิก 20 คน ที่มีความพร้อมและสมัครใจเข้าร่วมโครงการ

ขั้นตอนที่ 3 : การสังเกต (วัตถุประสงค์ที่ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภค 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) เท่ากับ 0.94 และมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.95 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรการสุ่มตัวอย่างกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G. Cochran (1953) ใช้วิธีสุ่มแบบสะดวก โดยให้ประเมินความพึงพอใจจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบจริง ข้อมูลถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขั้นตอนที่ 4 : การสะท้อน (วัตถุประสงค์ที่ 3) ผู้วิจัยนำผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบเสนอให้สมาชิกกลุ่มรับทราบ พร้อมสะท้อนข้อเสนอแนะและประเด็นที่ควรปรับปรุง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการตลาดมากขึ้น กระบวนการสะท้อนผลดำเนินผ่านการอภิปรายร่วมกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผู้ประกอบการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการแปรรูปอาหาร ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และผู้ประกอบการชุมชน คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงตามประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 3 ปี ข้อมูลจากการอภิปรายวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อสังเคราะห์ประเด็นสำคัญใช้เป็นแนวทางยกระดับศักยภาพและความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการศึกษาบริบท และข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของชุมชน พบว่า บ้านตะโกล่าง หมู่ที่ 8 อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นพื้นที่ราบเชิงเขาที่อุดมสมบูรณ์ด้วยป่าเบญจพรรณและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเอื้อต่อการดำรงชีพและสร้างอาชีพของคนในชุมชน ชุมชนมีทุนทางสังคมเข้มแข็ง มีปราชญ์ท้องถิ่นผู้เชี่ยวชาญด้านสมุนไพร การแปรรูปอาหาร การจักสาน และศิลปะพื้นบ้าน อีกทั้งมีกลุ่มเศรษฐกิจพอเพียงเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และพัฒนาอาชีพ ส่งเสริมการผลิตสินค้าชุมชน เช่น น้ำยาล้างจาน สบู่ ยาสระผม ยาดม ยาหม่อง และอาหารแปรรูปจากวัตถุดิบพื้นบ้าน จากการสัมภาษณ์ผู้นำและสมาชิกกลุ่ม 10 คน พบว่า ชุมชนต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ ซึ่งเดินทางมาศึกษาดูงานในพื้นที่เป็นประจำ โดยคำนึงถึงมาตรฐานสุขอนามัย ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ และความปลอดภัยของสินค้า กลุ่มจึงเลือก “หน่อไม้” เป็นวัตถุดิบหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากมีอยู่มากในท้องถิ่นและสะท้อนการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยสรุปชุมชนบ้านตะโกล่างมีความเข้มแข็งด้านทุนทรัพยากร และทุนทางสังคม การรวมกลุ่มผลิตสินค้า

จากภูมิปัญญาท้องถิ่นควบคู่กับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน และมีศักยภาพในการต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ที่สร้างรายได้ พร้อมรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนไว้ได้อย่างสมดุล

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบบนฐานทรัพยากรชุมชนโดยกระบวนการมีส่วนร่วม พบว่า 1) จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและสำรวจความคิดเห็นของชุมชนบ้านตะโกล่างนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบผ่านความร่วมมือระหว่างผู้วิจัย ผู้เชี่ยวชาญ และสมาชิกกลุ่มเศรษฐกิจพอเพียง โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้สมาชิก 20 คน ฝึกแปรรูปหน่อไม้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ หน่อไม้ปรับกรด หน่อไม้เต้าเจี้ยว กิมจิหน่อไม้ หน่อไม้โป๊ว และหน่อไม้หยอง พร้อมอบรมเรื่องบรรจุภัณฑ์ โลโก้ ฉลาก และแนวโน้มตลาด ผลการอบรม พบว่า ผู้เข้าร่วมมีความรู้และทักษะด้านการแปรรูปหน่อไม้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการตลาดเบื้องต้น เกิดแรงบันดาลใจในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น รวมทั้งสร้างความร่วมมือภายในชุมชนและเครือข่ายกับผู้เชี่ยวชาญอย่างมีส่วนร่วม 2) จากการระดมความคิดเห็นและการออกแบบร่วมกันระหว่างผู้วิจัยกับสมาชิกชุมชนบ้านตะโกล่างนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบจาก “หน่อไม้” ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยออกแบบฉลากเป็นภาพชาวกะเหรี่ยงแบกหน่อไม้ด้วย “โง” เพื่อสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป ส่วนบรรจุภัณฑ์ได้รับการออกแบบให้สวยงาม ทนทาน เก็บรักษาง่าย และรีไซเคิลได้ ผลลัพธ์คือ ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ต้นแบบพร้อมฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ได้จริง สามารถสร้างรายได้และต่อยอดสู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 1 แสดงการอบรมเชิงปฏิบัติการแปรรูป และผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 5 ประเภท



ภาพที่ 2 แสดงฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนาขึ้นใหม่

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ : หน่อไม้แปรรูป จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวและซื้อของฝากในแหล่งท่องเที่ยวอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน ผลวิจัยมีดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงสรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หน่อไม้แปรรูปในภาพรวม

ข้อ	องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น		
		$\overline{x}$	S.D.	แปลผล
1	ด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	4.51	0.54	มากที่สุด
2	ด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์	4.62	0.53	มากที่สุด
3	ด้านราคาของผลิตภัณฑ์	4.37	0.65	มาก
4	ด้านช่องทางและสถานที่จัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์	4.56	0.56	มากที่สุด
5	ด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์	4.52	0.60	มากที่สุด
	รวม	4.51	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวม พบว่า ผลิตภัณฑ์หน่อไม้แปรรูปของชุมชนบ้านตะโกล่าง มีค่าเฉลี่ยรวม $\bar{x}$ = 4.51, S.D. = 0.57 อยู่ในระดับ “มากที่สุด” โดยเฉพาะด้านบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ และหากพิจารณาเป็นองค์ประกอบรายด้าน พบว่า มีผลการประเมินดังตารางที่ 2 – 6 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หน่อไม้แปรรูป

ข้อ	ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น		
		$\overline{x}$	S.D.	แปลผล
1	ใช้หน่อไม้ในท้องถิ่น	4.75	0.49	มากที่สุด
2	มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	4.57	0.67	มากที่สุด
3	คุณภาพของวัตถุดิบมีมาตรฐาน (สด ใหม่ สะอาด)	4.67	0.52	มากที่สุด
4	ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างอาชีพ และรายได้ให้คนในท้องถิ่น	4.73	0.50	มากที่สุด
5.	ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์	4.59	0.57	มากที่สุด
6.	มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย	4.30	0.67	มาก
7.	กระบวนการผลิตมีมาตรฐาน (สะอาด ปลอดภัย)	4.40	0.54	มาก
8.	ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง	4.07	0.33	มาก
	รวม	**4.51**	**0.54**	**มากที่สุด**

ตารางที่ 3 แสดงผลความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์หน่อไม้แปรรูป

ข้อ	บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1	บรรจุภัณฑ์มีขนาดเหมาะสมกับการบริโภค	4.58	0.56	มากที่สุด
2	บรรจุภัณฑ์และตราสินค้ามีความสวยงามเหมาะสมกับสินค้า	4.65	0.47	มากที่สุด
3	บรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า	4.68	0.49	มากที่สุด
4	บรรจุภัณฑ์สามารถนำสินค้าออกมาบริโภคได้ง่าย	4.59	0.61	มากที่สุด
5	บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้อง และเก็บรักษาสินค้า	4.63	0.48	มากที่สุด
6	มีข้อมูล ตราสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายชัดเจนของสินค้าและเชื่อมโยงกับชุมชน	4.62	0.56	มากที่สุด
	รวม	4.62	0.53	มากที่สุด

ตารางที่ 4 แสดงผลความพึงพอใจด้านราคาของผลิตภัณฑ์หน่อไม้แปรรูป

ข้อ	ราคาของผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1	ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพสินค้า	4.32	0.65	มาก
2	มีฉลากราคาบ่งบอกชัดเจน	4.42	0.65	มาก
3	ราคาของผลิตภัณฑ์ไม่สูงกว่าท้องตลาดทั่วไป	4.37	0.66	มาก
	รวม	4.37	0.65	มาก

ตารางที่ 5 แสดงผลความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์หน่อไม้แปรรูป

ข้อ	ช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1	บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงที่สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายหรือขนส่ง	4.56	0.54	มากที่สุด
2	บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าสามารถเป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว	4.62	0.51	มากที่สุด
3	มีการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ณ จุดจำหน่าย	4.56	0.52	มากที่สุด
4	บรรจุภัณฑ์และตราสินค้ามีรายละเอียดเพื่อติดต่อสั่งซื้อ	4.51	0.67	มากที่สุด
	รวม	4.56	0.56	มากที่สุด

ตารางที่ 6 แสดงผลความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์หน่อไม้แปรรูป

ข้อ	การส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1	ผลิตภัณฑ์มีสีสันสะดุดตากระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือบริโภคซ้ำ	4.47	0.65	มาก
2	ผลิตภัณฑ์แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	4.58	0.55	มากที่สุด
3	บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย	4.51	0.60	มากที่สุด
4	บรรจุภัณฑ์และตราสินค้ามีกราฟิกที่สวยงามสื่อถึงผลิตภัณฑ์	4.54	0.60	มากที่สุด
	รวม	4.52	0.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 – 6 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์รายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}$ = 4.51, S.D. = 0.54) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้ตอบเห็นว่าการใช้หน่อไม้ในท้องถิ่นและคุณภาพวัตถุดิบที่สดใหม่ มีมาตรฐานเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 2)

บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}$ = 4.62, S.D. = 0.53) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะด้านการเพิ่มมูลค่าและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่นบนตราสินค้า (ตารางที่ 3)

ราคาของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}$ = 4.37, S.D. = 0.65) อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภครับรู้ถึงความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า (ตารางที่ 4)

ช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานที่วางจำหน่าย ($\bar{x}$ = 4.56, S.D. = 0.56) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการเคลื่อนย้ายและการเป็นของฝากนักท่องเที่ยว (ตารางที่ 5)

การส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}$ = 4.52, S.D. = 0.60) อยู่ในระดับ “มากที่สุด” โดยเน้นการสื่อเอกลักษณ์ท้องถิ่นและกราฟิกที่สวยงาม (ตารางที่ 6)

ทั้งนี้ จากข้อเสนอแนะของผู้บริโภคต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ควรปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และฉลากให้สอดคล้องกับมาตรฐานการตลาดสมัยใหม่ เช่น การเพิ่ม QR Code เล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ การระบุวันหมดอายุ การจัดทำข้อมูลโภชนาการ การออกแบบขนาดบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกต่อการบริโภค และการขยายช่องทางการขายออนไลน์

แนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน

ในขั้นตอนสุดท้ายของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้นำผลการประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบมานำเสนอและสะท้อนให้ผู้ผลิตรับทราบ พร้อมจัดการอภิปรายเพื่อระดมความคิดเห็นในการปรับปรุง พัฒนา และบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ โดยดำเนินการผ่านการสนทนากลุ่มร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 5 คน รวมทั้งผู้นำและสมาชิกกลุ่ม ผลการอภิปรายสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

มุมมอง	ข้อเสนอแนะ/แนวทางการจัดการ	รายละเอียด
ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ	พัฒนาองค์ความรู้และระบบสนับสนุนผู้ประกอบการ	- ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ จากทรัพยากรในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น - จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อบ่มเพาะผู้ประกอบการชุมชน
ผู้เชี่ยวชาญด้านการแปรรูปอาหาร	ยกระดับมาตรฐานการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	- พัฒนากระบวนการแปรรูปตามมาตรฐาน GMP และ อย. - ใช้เทคโนโลยีเพื่อคงคุณภาพและยืดอายุสินค้า - สร้างผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น หน่อไม้โซเดียมต่ำ - ออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ผู้ประกอบการชุมชน	เน้นอัตลักษณ์ชุมชนและการรวมกลุ่ม	- ชูเรื่องราวท้องถิ่น - บูรณาการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควบคู่กับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด	พัฒนาแบรนด์และขยายตลาด	- สร้างแบรนด์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น - ใช้กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ - พัฒนา Smart Label (QR Code แสดงข้อมูล) - ทำการตลาดเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับธุรกิจอาหารและการท่องเที่ยว

อภิปรายผล

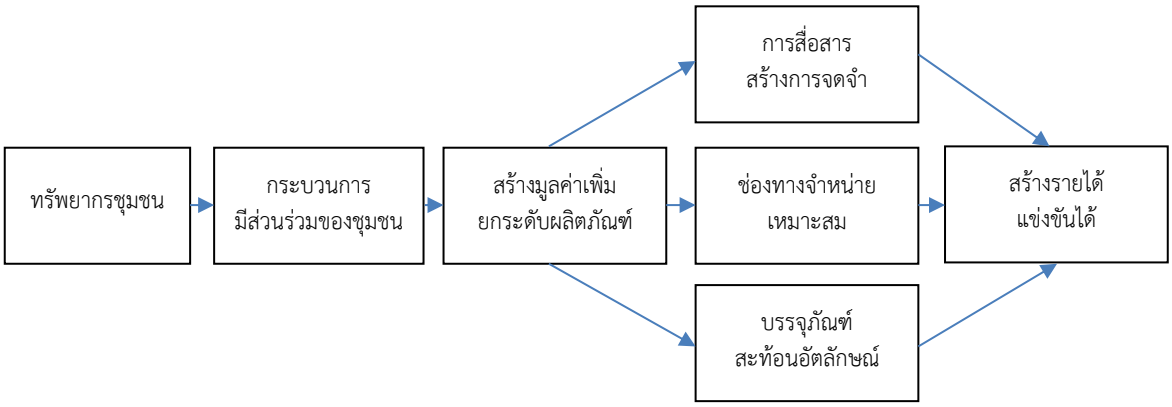
ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 แสดงให้เห็นว่าชุมชนบ้านตะโกล่างมีทรัพยากรธรรมชาติและทุนทางสังคมหลากหลาย ทั้งภูมิปัญญาการแปรรูปอาหาร สมุนไพร และการรวมกลุ่มเป็นองค์กรชุมชนเข้มแข็ง การเลือก “หน่อไม้” เป็นวัตถุดิบหลักสะท้อนการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างสมดุล สนับสนุนการสร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิต พร้อมใช้ทุนทางสังคมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน (Sele & Mukundi, 2024)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การอบรมเชิงปฏิบัติการและการออกแบบร่วมกันสร้างผลิตภัณฑ์หน่อไม้แปรรูป 5 ชนิด พร้อมฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน กระบวนการมีส่วนร่วมช่วยสร้างความรู้ร่วม (Co-creation of knowledge) ระหว่างนักวิจัย ผู้เชี่ยวชาญ และสมาชิกชุมชน เพิ่มคุณค่าเชิงวัฒนธรรมและสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมทั่วไป (Hoaihongthong & Tuamsuk, 2024; สุวภัทร หนุ่มคำ & อิสราวัชร เฟื่อมอิ่ม, 2022) นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างแรงบันดาลใจและเสริมสร้างพลังทางสังคม (Social empowerment) ซึ่งนำไปสู่การรวมกลุ่มของชุมชนและการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมืออย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ชุมชนบ้านตะโกล่างมีจุดเด่นในด้านความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน กล่าวคือ ศูนย์เรียนรู้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงฯ

ซึ่งมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างโอกาสและก่อให้เกิดรายได้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคให้ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ต้นแบบในระดับสูง โดยเฉพาะด้านบรรจุภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับ Ginting (2022) ที่ระบุว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนเพิ่มความตั้งใจซื้อและพฤติกรรมการใช้จริง นอกจากนี้ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังทำหน้าที่เป็น “พื้นที่เรียนรู้ร่วม” (learning space) เชื่อมโยงเสียงผู้บริโภคสู่การปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง แตกต่างจากงานวิจัยบางชิ้นที่พบว่าผู้บริโภคไม่สามารถส่งผลต่อผลิตภัณฑ์ได้จริง (Agyare et al., 2024). ความแตกต่างนี้อาจเกิดจากบริบทของการวิจัยที่เน้น "ผลิตภัณฑ์ชุมชน" ซึ่งมีคุณลักษณะเฉพาะด้านอัตลักษณ์และความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคมากกว่าผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ทำให้กระบวนการรับฟังและนำไปปรับใช้มีประสิทธิภาพสูงกว่า ส่งผลให้ผู้บริโภคพึงพอใจในผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 2 แสดงภาพ Tako Lang Model

“การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานทรัพยากรชุมชนโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม ของชุมชนบ้านตะโกล่าง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาดได้อย่างยั่งยืน” โดยเน้นการสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านบรรจุภัณฑ์ การใช้ช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสม และการสื่อสารการตลาดที่สร้างการจดจำ โดยโมเดลนี้เป็นต้นแบบที่เน้น “กระบวนการเรียนรู้” และ “การดึงศักยภาพภายใน” ของแต่ละชุมชนออกมาใช้ และชี้ให้เห็นว่า กระบวนการมีส่วนร่วม เป็นหัวใจสำคัญที่เชื่อมโยงทรัพยากรชุมชน ไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลลัพธ์ที่ได้ไม่ใช่เพียงแค่ตัวสินค้า แต่คือการสร้าง "พื้นที่เรียนรู้ร่วม" (Learning Space) ที่ทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง สามารถจัดการตนเองได้ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม นำไปสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง

สรุป

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านตะโกล่าง แสดงให้เห็นว่า กระบวนการมีส่วนร่วมสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สะท้อนอัตลักษณ์และทรัพยากรท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม ผลการวิจัยเน้นย้ำว่า ความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมิได้ขึ้นอยู่กับเพียงคุณภาพวัตถุดิบ แต่ต้องอาศัยการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ การตลาด การจัดการและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 จากผลการวิจัย พบว่า บ้านตะโกล่างมีองค์กรชุมชนที่เข้มแข็ง ทั้งสมาชิกและผู้นำที่มีศักยภาพดังนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พัฒนาชุมชนเกษตรอำเภอ ควรจัดหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียนระดับท้องถิ่น อำเภอ หรือ จังหวัด เพื่อเป็นทุนเริ่มต้นให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในการต่อยอดหน่อไม้แปรรูปชนิดใหม่รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และประสานการขออนุญาต GMP/อย. จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด

1.2 ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านตะโกล่าง เป็นแหล่งศึกษาดูงานที่มีผู้สนใจเข้าชมอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นโอกาสที่สถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการในพื้นที่ จะได้ช่วยพัฒนาระบบส่งเสริมการตลาดเชิงบูรณาการกับการท่องเที่ยว สนับสนุนการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว “วิถีชุมชน–หน่อไม้” ร่วมกับหน่วยงานการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 นักวิจัยสามารถศึกษาผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของโครงการนี้ในระยะยาวด้วยการติดตามผลด้านรายได้ ศักยภาพการแข่งขัน และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างน้อย 3–5 ปี หรือประเมิน SROI คำนวณผลประโยชน์สุทธิที่เกิดขึ้นหลังโครงการ โดยพิจารณามูลค่าทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

2.2 ผลการวิจัยนี้สามารถต่อยอดสู่การวิจัยเชิงนวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการสำรวจและทดลองวัสดุบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้จากวัสดุเหลือใช้ในชุมชน เช่น เปลือกหน่อไม้ ใยพืชในพื้นที่ ผสมผสานกับการออกแบบเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สื่ออัตลักษณ์และลดขยะพลาสติก

เอกสารอ้างอิง

สุวภัทร หนุ่มคำ และอิสราวัชร เฟื่อมอิ่ม. (2022). ทุนมนุษย์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนขนมเทียนแก้ว: ในการส่งเสริมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านหนองจอกพัฒนา อ.คลองขลุง จังหวัดกำแพงเพชร. *วารสารพิกุล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร*, *20*(1), 267–287.

Agyare, A., Holbech, L., & Arcilla, N. (2024). Great expectations, not-so-great performance: Participant views of community-based natural resource management in Ghana, West Africa. *Current Research in Environmental Sustainability*.

https://doi.org/10.1016/j.crsust.2024.100251

Alves de Souza, E. (2025). The importance of community participation in government decisions. *International Journal for Multidisciplinary Research*, *7*(2). https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i02.40844

Biancardi, A., Colasante, A., D'Adamo, I., Daraio, C., Gastaldi, M., & Uricchio, A. (2023). Strategies for developing sustainable communities in higher education institutions. *Scientific Reports*, *13*, Article 16636. https://doi.org/10.1038/s41598-023-48021-8

Damanik, F. H. S., Rerung, A., Lubis, M. D. A., Malik, D., & Ismiyatun, I. (2024). Community Participation in the Public Decision Process: Realizing Better Governance in Public Administration. *Global International Journal of Innovative Research*, *1*(2), 88–96. https://doi.org/10.59613/global.v1i2.12

Dushkova, D., & Ivlieva, O. (2024). Empowering Communities to Act for a Change: A Review of the Community Empowerment Programs towards Sustainability and Resilience. *Sustainability*, *16*(19), 8700. https://doi.org/10.3390/su16198700

Ginting, G. (2022). The Power of Community Engagement for Delivering Co-Creation Value (Case: Paguyuban Sentra Industri Tempe Sanan-Malang Jawa Timur). *Journal of the Community Development in Asia*, *5*(3). https://doi.org/10.32535/jcda.v5i3.1844

Heffernan, A. (2022). Development, Conservation, Empowerment: The Trilemma of Community-Based Natural Resource Management in Namibia. *Environmental Management*, *69*, 480–491. https://doi.org/10.1007/s00267-021-01589-1.

Hoaihongthong, S., & Tuamsuk, K. (2024, September 23). Integration of Local Cultural Knowledge in the Community Products Design and Development. *Journal of Ecohumanism*. https://doi.org/10.62754/joe.v3i6.4101

Kemmis, S., & McTaggart, R. (1990). *The action research planner* (3rd ed.). Deakin University Press.

Masyarakat, P., & Sampah, P. P. (2024). Community empowerment of PCM Kokap on sustainable municipal waste management through black soldier fly farming. International Journal of Community Service Learning, 7(4), 502-510. https://doi.org/10.23887/ijcsl.v7i4.67536

Mawutor, S., & Hajjar, R. (2024). Empowerment and disempowerment in community-based natural resource management: Examining CREMA outcomes in Ghana. *Land Use Policy*. https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2024.107051

Oropeza Tosca, D. R., Notario-Priego, R., Rincón-Molina, C. I., González-Izquierdo, K., & Manzano Gómez, L. A. (2024). Leveraging cultural knowledge of Atractosteus tropicus to empower rural communities and develop sustainable microenterprises in southeastern Mexico. RGSA: Revista de Gestão Social e Ambiental, 18(12), 1-24. https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n12-045

Phukamchanoad, P., Palapin, P., & Supromin, C. (2024, October 30). The Role of Urban Community Leaders in Local Product Development Using Intellectual Capital: A Case Study of Bangkok, Thailand. *Journal of Ecohumanism*. https://doi.org/10.62754/joe.v3i7.4536

Rivera, A., Bovey, M., Torres, C., Varela Sanchez, T., Twohey, B., Ochoa, G. M., & Ortega, P. (2024). Community-based natural resource management in Roatan: Strengths and challenges. *Ambio*, *53*(12), 1864–1878. https://doi.org/10.1007/s13280-024-02065-w

Sele, J. P., & Mukundi, M. B. (2024). Community-based approaches to environmental conservation: Empowering local initiatives. *Greener Journal of Social Sciences*, *14*(2), 289–299. https://doi.org/10.15580/gjss.2024.2.122024211

Suksikarn, R., & Suksikarn, J. (2024). Participatory craft-design collaboration: Integrating traditional banana-fiber techniques with contemporary product design. Archives of Design Research, 37(5), 197-215. https://doi.org/10.15187/adr.2024.11.37.5.197

Syuhada, O. (2024). Community participation and the development process in regions in state administrative legal perspective. *DE'RECHTSSTAAT*, *10*(1), 1–18. https://doi.org/10.30997/jhd.v10i1.9883

Wang, K., & Ke, Y. (2024). Social sustainability of communities: A systematic literature review. *Sustainable Production and Consumption*, *44*, 1–15. https://doi.org/10.1016/j.spc.2024.04.031

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

FACTORS INFLUENCING JOB RETENTION OF PROFESSIONAL – LEVEL SAFETY OFFICERS IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

สุพรรษา ไทยธรรม* และลัดดาวัลย์ สำราญ
Suphansa Thaitham and Laddawan Someran
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
Faculty of Business Administration and Information Technology,
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
*Corresponding Author E-mail: supansathaitham@gmail.com
Received September 6, 2025; **Revised** January 25, 2026; **Accepted** January 28, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และการคงอยู่ในงาน และ 2) วิเคราะห์อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างคือเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ จำนวน 280 คน ได้มาจากการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และการคงอยู่ในงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ได้แก่ ด้านความพึงพอใจ (β = 0.32) ด้านเวลา (β = 0.21) ด้านความยุติธรรม (β = 0.22) และด้านความผูกพันต่อเนื่อง (β = 0.20) ขณะที่ด้านบรรทัดฐานสังคมมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (β = 0.18)

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การสร้างความเป็นธรรมในองค์กร การส่งเสริมความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และการออกแบบระบบการทำงานที่เอื้อต่อความมั่นคงในสายอาชีพ เป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: การคงอยู่ในงาน, เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ, ความผูกพันต่อองค์กร

Abstract

This study aimed (1) to examine the levels of organizational commitment, perceived organizational support, work–life balance, and job retention, and (2) to analyze the influence of organizational commitment, perceived organizational support,

and work–life balance on job retention among professional-level safety officers in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The sample consisted of 280 professional-level safety officers selected through simple random sampling. Data were collected using a seven-point Likert-scale questionnaire and analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis.

The results indicated that the overall levels of organizational commitment, perceived organizational support, work–life balance, and job retention were high. The multiple regression analysis revealed that work–life balance in terms of satisfaction (β = 0.32) and time (β = 0.21), perceived organizational support in terms of fairness (β = 0.22), and organizational commitment in terms of continuance commitment (β = 0.20) significantly influenced job retention at the 0.001 level. In addition, normative commitment had a significant effect on job retention at the 0.01 level (β = 0.18).

The findings of this study provide empirical evidence that organizational fairness, work–life balance, and career-related stability are critical mechanisms for enhancing job retention among professional-level safety officers. These insights can be applied to the development of effective human resource management strategies and policies aimed at strengthening workforce stability in safety-related professions.

Keywords: job retention, professional-level safety officers, organizational commitment

บทนำ

ปัญหาด้านความปลอดภัยในการทำงานเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อทั้งบุคลากร องค์กร และสังคมในวงกว้าง โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมที่มีสภาพการทำงานเสี่ยงต่ออุบัติเหตุ การมีระบบบริหารความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพและการคงอยู่ในงานของบุคลากรด้านความปลอดภัยจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการลดความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้น จากข้อมูลของสำนักงานประกันสังคมในปี พ.ศ. 2566 ระบุว่า มีผู้ประสบอันตรายจากการทำงานทั้งสิ้น 81,509 คน และมีผู้เสียชีวิตจำนวน 610 คน (สำนักงานประกันสังคม, 2567) ข้อมูลเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าความเสี่ยงจากการทำงานเป็นประเด็นที่ต้องได้รับการจัดการเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพถือเป็นบุคลากรสำคัญที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการป้องกันอุบัติเหตุ ควบคุมความเสี่ยง และกำกับให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามกฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัย แม้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของสถานประกอบการภาคอุตสาหกรรมอยู่เป็นจำนวนมาก แต่บทบาทและการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพยังพบความท้าทายหลายประการ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของระบบความปลอดภัยของสถานประกอบการ

จากการศึกษาทางทฤษฎี แนวคิดความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) ของ Meyer และ Allen (1991) แสดงให้เห็นว่าความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กรประกอบด้วยมิติด้านจิตใจ ด้านความผูกพันต่อเนื่อง และด้านบรรทัดฐานของสังคม ซึ่งแต่ละมิติมีบทบาทที่แตกต่างกัน

ต่อการตัดสินใจคงอยู่ในงาน นอกจากนี้ แนวคิดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Organizational Support Theory) ของ Rhoades และ Eisenberger (2002) ชี้ให้เห็นว่าเมื่อบุคลากรรับรู้ว่ามีการสนับสนุนและความยุติธรรมจากองค์กร จะส่งผลให้เกิดความผูกพันและความตั้งใจในการตอบแทนองค์กรในระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นผ่านการคงอยู่ในงานหรือการทำงานอย่างทุ่มเท ขณะเดียวกันแนวคิดความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน (Work–Life Balance) ก็ถูกใช้อธิบายความสามารถของบุคลากรในการบริหารจัดการบทบาทการทำงานควบคู่กับชีวิตส่วนตัว ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงานและการตัดสินใจคงอยู่ในงาน

แม้งานวิจัยก่อนหน้าจะยืนยันบทบาทของความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานต่อการคงอยู่ในงาน แต่ส่วนใหญ่ยังมุ่งศึกษากลุ่มพนักงานทั่วไป ขณะที่งานวิจัยที่เจาะจงกลุ่มเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพซึ่งมีลักษณะงานเฉพาะและอยู่ภายใต้กรอบกฎหมายอย่างเคร่งครัดยังมีจำกัด โดยเฉพาะในบริบทจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งยังพบปรากฏการณ์ที่ตัวแปรบางด้านแม้มีระดับความคิดเห็นสูงแต่ไม่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการอธิบายเชิงกลไกอย่างลึกซึ้ง (วสุมา เลดา และลัดดาวัลย์ สำราญ, 2567)

จากช่องว่างองค์ความรู้ดังกล่าว งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยบูรณาการแนวคิดความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน เพื่ออธิบายอิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจคงอยู่ในงานอย่างเป็นระบบ และใช้เป็นแนวทางในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านความปลอดภัยให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ศึกษา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และการคงอยู่ในงานของอาชีพเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ
2. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของอาชีพเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดความผูกพันต่อองค์กรเป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการอธิบายพฤติกรรมการคงอยู่ในงาน โดย Meyer และ Allen (1991) อธิบายว่าความผูกพันต่อองค์กรประกอบด้วยความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันต่อเนื่อง และความผูกพันเชิงบรรทัดฐาน ซึ่งสะท้อนความรู้สึกผูกพัน ความตระหนักถึงต้นทุนจากการลาออก และความรู้สึกหน้าที่ต่อองค์กร งานศึกษาของดลพร ธีระวงศ์สกุล และวงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์ (2566) ยืนยันว่าองค์ประกอบดังกล่าวมีความเหมาะสมในการอธิบายการคงอยู่ในงานของบุคลากรในบริบทองค์กรไทย

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร Rhoades และ Eisenberger (2002) อธิบายว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรประกอบด้วยการสนับสนุนจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา ความยุติธรรมในองค์กร และรางวัลรวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สะท้อนว่าองค์กรให้คุณค่าและใส่ใจต่อบุคลากรมากน้อยเพียงใด งานศึกษาของวิชษณี เกียรติพิริยะ และคณะ (2565) พบว่า แนวคิดดังกล่าวการรับรู้ความยุติธรรมและการสนับสนุนจากองค์กรในบริบทภาคเอกชนไทย มีบทบาทสำคัญต่อความไว้วางใจ ความผูกพัน และการคงอยู่ในงานในระยะยาว

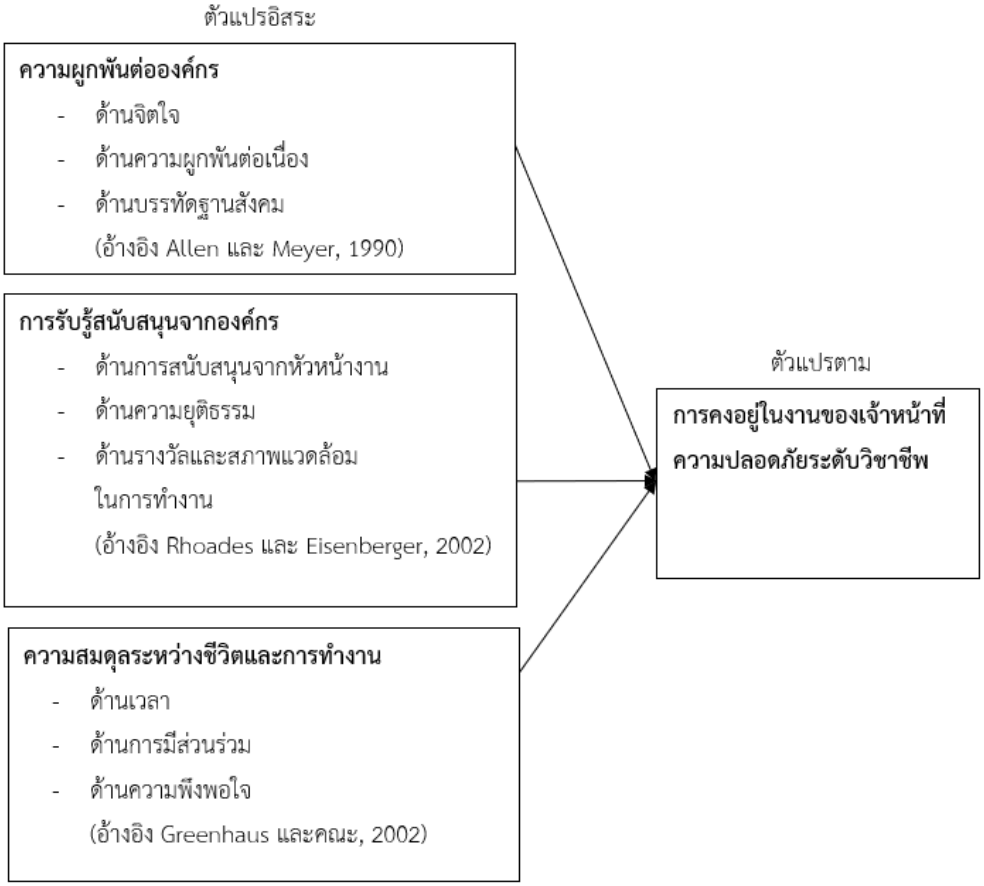
แนวคิดความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานตาม Greenhaus และคณะ (2002) ประกอบด้วยด้านเวลา การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจ ซึ่งสะท้อนความสามารถในการจัดการบทบาทงานและชีวิตส่วนตัว งานศึกษาของนัฐพล แววปัญญาศิลป์ (2566) พบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานด้านเวลา การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจ มีบทบาทสำคัญต่อการคงอยู่ในงาน โดยช่วยลดความตึงเครียดและเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานอย่างต่อเนื่อง

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า งานวิจัยจำนวนมากได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ล้วนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการคงอยู่ในงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของดลพร ธีระวงศ์สกุล และวงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์ (2566) นอกจากนี้ ปัจจัยด้านความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสะท้อนถึงความสามารถของบุคลากรในการบริหารจัดการเวลา บทบาทการทำงาน และบทบาทส่วนตัวอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจรัมพร โห้ลำยอง และศิรินันท์ กิตติสุขสถิต (2565)

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นการศึกษากลุ่มอาชีพเฉพาะ เช่น บุคลากรทางการศึกษา (จรัมพร โห้ลำยอง และศิรินันท์ กิตติสุขสถิต, 2565) ขณะที่การศึกษาที่มุ่งเน้นกลุ่มอาชีพเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพโดยเฉพาะยังมีจำนวนจำกัด ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ โดยการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้เหมาะสมกับลักษณะงานด้านความปลอดภัย และกลยุทธ์ในการรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพให้อยู่กับองค์กรในระยะยาว

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปคัดเลือกตัวแปรจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของอาชีพเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย ระดับวิชาชีพ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้



สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ความผูกพันต่อองค์กร ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2: การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3: ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับ

วิชาชีพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดไว้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพที่ปฏิบัติงานอยู่ในสถานประกอบการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งอยู่ภายใต้ข้อบังคับของกฎหมายด้านความปลอดภัยระดับวิชาชีพ ตามข้อมูลจากกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ณ วันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2568 มีจำนวนทั้งสิ้น 953 คน (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2568)

กลุ่มตัวอย่างคือ เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพที่ปฏิบัติงานอยู่ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 280 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยโปรแกรม G*Power ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ใช้ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักสถิติ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ (α) เท่ากับ 0.01 และกำลังการทดสอบ (Power) เท่ากับ 0.99

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบมีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) กำหนดกรอบรายชื่อประชากรจากฐานข้อมูลเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพที่ขึ้นทะเบียนกับกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน และดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Google Forms) โดยส่งลิงก์แบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการสุ่มเลือก ซึ่งมีอัตราการตอบกลับแบบสอบถามร้อยละ 99.5

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในการศึกษา แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ โดยมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 44 ข้อ

ผู้วิจัยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 และผ่านเกณฑ์ทุกข้อ จากนั้นทดสอบความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น 30 คน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการวิจัยพบว่า ค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.803–0.849 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับดีและสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการผ่านระบบแบบสอบถามออนไลน์ โดยผู้วิจัยได้ขออนุญาตจากเจ้าหน้าที่กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน และหัวหน้าชมรมเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงาน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย การใช้ข้อมูลเพื่อการวิจัยเท่านั้น และการรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลอย่างเคร่งครัด การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ตามเอกสารรับรองหมายเลข IRB–RUS–2568–028 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความยินยอมในการเข้าร่วมการวิจัยโดยสมัครใจ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่

4.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ใช้เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อายุ อายุการทำงานกับองค์กร และระดับเงินเดือน

โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ รวมทั้งวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression) เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยการตรวจสอบประกอบด้วยการพิจารณาค่า Durbin–Watson เพื่อประเมินความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อน ซึ่งผลการตรวจสอบแสดงว่าโมเดลไม่มีปัญหาอัตโนมัติสหสัมพันธ์ของค่าคลาดเคลื่อน นอกจากนี้ ยังได้ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงซ้อนระหว่างตัวแปรอิสระ โดยใช้ค่าดัชนีความแปรปรวนร่วม (Variance Inflation Factor: VIF) เพื่อประเมินปัญหา Multicollinearity

ภายหลังจากการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Enter (Enter Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระ

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ 1. การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปรที่ศึกษา และ 2. การวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 280 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุระหว่าง 25–30 ปี มีอายุการทำงานกับองค์กรปัจจุบัน 6–10 ปี และมีระดับเงินเดือนอยู่ในช่วง 25,001–35,000 บาท ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงานตอนต้นถึงตอนกลาง และมีประสบการณ์การทำงานในสายอาชีพในระดับที่สามารถสะท้อนมุมมองต่อการทำงานและการคงอยู่ในองค์กรได้อย่างเหมาะสม

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1

1.1 ความผูกพันต่อองค์กรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 5.42, S.D. = 0.98) โดยด้านจิตใจมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด รองลงมาคือด้านบรรทัดฐานสังคม และด้านความผูกพันต่อเนื่องตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพมีความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความเชื่อมั่นในค่านิยมและแนวทางการดำเนินงานขององค์กร และตระหนักถึงต้นทุนหรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหากตัดสินใจลาออก ซึ่งเป็นลักษณะที่เอื้อต่อการคงอยู่ในงานในระยะยาว

1.2 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 5.56, S.D. = 0.98) โดยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชามีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด รองลงมาคือด้านรางวัลและสภาพการทำงาน และด้านความยุติธรรมตามลำดับ ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนถึงลักษณะงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพซึ่งต้องประสานงานกับหลายหน่วยงานภายในองค์กร ทำให้บทบาทของหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชาในการให้คำปรึกษา สนับสนุนการตัดสินใจ และอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานมีความสำคัญต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร

1.3 ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 5.50, S.D. = 0.97) โดยด้านการมีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด รองลงมาคือด้านเวลาและด้านความพึงพอใจตามลำดับ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างได้รับโอกาสในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรและสังคมอย่างเหมาะสม และสามารถบริหารจัดการเวลาในการทำงานและชีวิตส่วนตัวได้ในระดับที่น่าพึงพอใจ ซึ่งช่วยลดความตึงเครียดจากการทำงานและส่งเสริมคุณภาพชีวิตโดยรวม

1.4 การคงอยู่ในงาน พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ($\overline{X}$ = 5.60, S.D. = 0.94) โดยข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุดสะท้อนถึงความตั้งใจที่จะพัฒนาและสร้างผลงานร่วมกับองค์กรในระยะยาว ความตั้งใจในการทำงานต่อไปแม้องค์กรเผชิญกับปัญหาหรือความเปลี่ยนแปลง และความตั้งใจที่จะทำงานกับองค์กรต่อไปแม้จะมีทางเลือกอื่นที่น่าสนใจกว่า ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นในบทบาทหน้าที่และการเห็นคุณค่าของการทำงานอย่างต่อเนื่องในสายอาชีพที่ต้องอาศัยประสบการณ์ ความรู้ด้านกฎหมาย และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2

ก่อนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นตรง เพื่อประเมินความเหมาะสมของข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์เชิงอนุมาน ผลการตรวจสอบ พบว่า ค่า Durbin–Watson เท่ากับ 2.122 แสดงว่าโมเดลไม่มีปัญหาอัตโนมัติสหสัมพันธ์ของค่าคลาดเคลื่อน นอกจากนี้ ค่าดัชนีความแปรปรวนร่วม (Variance Inflation Factor: VIF) ของตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ระหว่าง 1.92–4.96 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ 10 แสดงว่าไม่พบปัญหาความสัมพันธ์เชิงซ้อนระหว่างตัวแปรอิสระ ดังนั้นข้อมูลจึงมีความเหมาะสมสำหรับการนำไปวิเคราะห์ด้วยการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ พบว่า โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการคงอยู่ในงานได้ร้อยละ 69.70 (Adjusted R Square = 0.697) และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความเหมาะสมในการอธิบายและทำนายการคงอยู่ในงานของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรอิสระเป็นรายด้าน พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสามารถเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) จากมากไปน้อยได้ดังนี้ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานด้านความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในงานสูงที่สุด (β = 0.32, $p < 0.001$) รองลงมาคือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านความยุติธรรม (β = 0.22, $p = 0.001$) ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานด้านเวลา (β = 0.21, $p < 0.001$) และความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันต่อเนื่อง (β = 0.20, $p < 0.001$) ตามลำดับ นอกจากนี้ ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานสังคมยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (β = 0.18, $p = 0.002$)

ในขณะเดียวกัน พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านการสนับสนุนจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา ด้านรางวัลและสภาพการทำงาน และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ด้านการมีส่วนร่วม ไม่พบอิทธิพลต่อการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้รายละเอียดผลการวิเคราะห์เชิงสถิติทั้งหมดแสดงไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในการทำงานฯ

ตัวแปรอิสระ	การคงอยู่ในงาน			t	p	Collinearity Statistic	
	B	SE	β			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.59	0.33		-4.80	0.000		
ความผูกพันต่อองค์กร							
ด้านจิตใจ	0.15	0.06	0.11	2.47	0.014	0.52	1.92
ด้านความผูกพันต่อเนื่อง	0.20	0.05	0.20	3.92***	0.000	0.43	2.32
ด้านบรรทัดฐานสังคม	0.20	0.06	0.18	3.17**	0.002	0.36	2.80
การรับรู้สนับสนุนจากองค์กร							
ด้านสนับสนุนจากหัวหน้าฯ	-0.09	0.07	-0.07	-1.24	0.218	0.33	3.06
ด้านความยุติธรรม	0.26	0.08	0.22	3.43***	0.001	0.27	3.73
ด้านรางวัลและสภาพการทำงาน	-0.03	0.09	-0.02	-0.32	0.750	0.20	4.96
ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน							
ด้านเวลา	0.26	0.07	0.21	3.87***	0.000	0.37	2.70
ด้านการมีส่วนร่วม	-0.09	0.08	-0.07	-1.17	0.243	0.32	3.12
ด้านความพึงพอใจ	0.40	0.07	0.32	5.52***	0.000	0.32	3.15
Adjust R Square = 0.697 R Square = 0.706 R = 0.840 Durbin-Watson = 2.122							
Std. Error of the Estimate (S.E) = 0.708 F = 72.14 p-value = 0.000**							

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ซึ่งเป็นการอธิบายระดับความคิดเห็นของตัวแปรที่ศึกษา และการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ซึ่งเป็นการอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ โดยเชื่อมโยงผลการวิจัยกับกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กรและบทบาทหน้าที่ของตน ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพที่ต้องปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องและมีความรับผิดชอบสูงต่อความปลอดภัยของสถานประกอบการ

ความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ด้านจิตใจมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด แสดงให้เห็นถึงความภาคภูมิใจและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Meyer และ Allen (1991) ที่อธิบายว่าความผูกพันด้านจิตใจสะท้อนความรู้สึกเชิงอารมณ์และความยึดโยงทางจิตใจของบุคลากรต่อองค์กร และสอดคล้องกับงานศึกษาของ วสุมา เลดา และลัดดาวัลย์ สำราญ (2567) ที่นำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในบริบทของอาชีพเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ อย่างไรก็ตาม แม้ด้านจิตใจจะมีค่าเฉลี่ยสูง แต่ผลการวิเคราะห์เชิงอนุมานพบว่าไม่ได้ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความรู้สึกเชิงบวกเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในการอธิบายการตัดสินใจคงอยู่ในงานในระยะยาวของกลุ่มอาชีพนี้

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร พบว่า ด้านการสนับสนุนจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชามีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด สะท้อนบทบาทของหัวหน้าในการให้คำปรึกษาและสนับสนุนการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพที่ต้องประสานงานกับหลายฝ่ายภายในองค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของดลพร ธีระวงศ์สกุล และวงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์ (2566) อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ พบว่า การสนับสนุนจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชาไม่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนว่าการคงอยู่ในงานของกลุ่มอาชีพนี้อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยเชิงโครงสร้างและเชิงระบบมากกว่าความสัมพันธ์เชิงบุคคล

ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงที่สุด สะท้อนถึงการได้รับโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กรและสังคมอย่างเหมาะสม ซึ่งช่วยลดความตึงเครียดและส่งเสริมคุณภาพชีวิต ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัฐพล แววปัญญาศิลป์ (2566) อย่างไรก็ตาม ด้านการมีส่วนร่วมกลับไม่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญในเชิงอนุมาน ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมทางกิจกรรมอาจส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม แต่ไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ

การคงอยู่ในงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความตั้งใจที่จะพัฒนาและสร้างผลงานร่วมกับองค์กรในระยะยาว ผลดังกล่าวสะท้อนลักษณะงานที่ต้องอาศัยประสบการณ์ ความรู้ด้านกฎหมาย และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Job Embeddedness ของ Mitchell et al. (2001) ที่อธิบายว่าการคงอยู่ในงานเกิดจากความเชื่อมโยงและต้นทุนในการย้ายงานมากกว่าความพึงพอใจเพียงอย่างเดียว

2. การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานด้านความพึงพอใจและด้านเวลา การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านความยุติธรรม และความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันต่อเนื่องและด้านบรรทัดฐานสังคม โดยเมื่อพิจารณาตามน้ำหนักอิทธิพล พบว่า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานด้านความพึงพอใจมีอิทธิพลสูงที่สุด ผลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า การที่บุคลากรรู้สึกพึงพอใจกับการจัดสมดุลระหว่างบทบาทการทำงานและชีวิตส่วนตัว ช่วยลดความตึงเครียดและเสริมแรงจูงใจภายใน ทำให้เกิดความตั้งใจคงอยู่ในงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจรัมพร โห้ลำยอง และศิรินันท์ กิตติสุขสถิต (2565) และนัฐพล แววปัญญาศิลป์ (2566) ที่ชี้ว่าความพึงพอใจและการบริหารจัดการเวลามีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจคงอยู่ในงาน

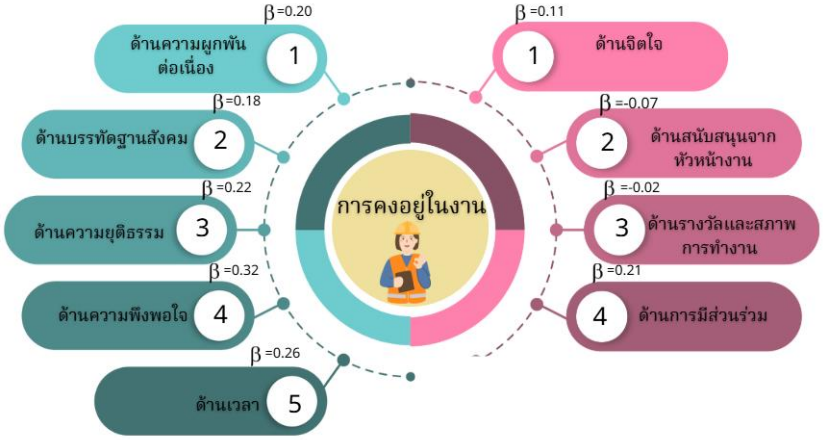
การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร พบว่า เฉพาะด้านความยุติธรรมที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิด Organizational Support Theory ของ Rhoades และ Eisenberger (2002) ที่ระบุว่าการรับรู้ถึงความยุติธรรมและความโปร่งใสในการบริหารจัดการช่วยสร้างความไว้วางใจและแรงจูงใจในการตอบแทนองค์กรด้วยการคงอยู่และทุ่มเทการทำงาน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของวิชษณี เกียรติพิริยะ และคณะ (2565)

สำหรับความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ด้านความผูกพันต่อเนื่องและด้านบรรทัดฐานสังคมส่งผลต่อการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนว่าการตระหนักถึงต้นทุนจากการลาออก ความมั่นคงในอาชีพ และความรับผิดชอบต่อองค์กร มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพมากกว่าความผูกพันด้านจิตใจเพียงอย่างเดียว ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานของดลพร ธีระวงศ์สกุล และวงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์ (2566) ที่พบว่าความผูกพันเชิงโครงสร้างและเชิงบรรทัดฐานมีความสัมพันธ์กับการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญ

ในทางกลับกัน ตัวแปรด้านความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ การสนับสนุนจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา ด้านรางวัลและสภาพการทำงาน และด้านการมีส่วนร่วม ไม่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพเป็นผลจากการพิจารณาเชิงเหตุผลและเชิงโครงสร้าง มากกว่าความรู้สึกหรือแรงจูงใจระยะสั้น

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้สร้างองค์ความรู้เชิงประจักษ์และเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ ซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพที่ยังมีงานวิจัยจำกัดในบริบทประเทศไทย ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การคงอยู่ในงานได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเชิงโครงสร้างและเชิงระบบมากกว่าปัจจัยเชิงจิตใจ โดยเฉพาะความผูกพันต่อเนื่อง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความยุติธรรมขององค์กร และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน งานวิจัยยังได้บูรณาการแนวคิดความผูกพันต่อองค์กร การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความสมดุลชีวิตและการทำงาน และแนวคิด Job Embeddedness เพื่ออธิบายการคงอยู่ในงานอย่างเป็นระบบ องค์ความรู้นี้ช่วยขยายความเข้าใจเชิงทฤษฎีในกลุ่มอาชีพเฉพาะ และสามารถใช้เป็นฐานในการกำหนดนโยบายและพัฒนาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ด้านความปลอดภัยในระยะยาว โดยสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงความสำคัญที่ก่อให้เกิดการคงอยู่ในงาน

สรุป

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเชิงโครงสร้างและเชิงบริบทของการทำงานมากกว่าปัจจัยเชิงอารมณ์ โดยเฉพาะความผูกพันต่อองค์กรด้านความผูกพันต่อเนื่องและบรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านความยุติธรรม และความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานด้านความพึงพอใจและเวลา สะท้อนลักษณะเฉพาะของอาชีพที่ต้องอาศัยความรับผิดชอบ ความต่อเนื่องของประสบการณ์ และความมั่นคงในการปฏิบัติงาน ผลการศึกษานี้ช่วยเติมเต็มช่องว่างองค์ความรู้เชิงประจักษ์ในกลุ่มอาชีพดังกล่าว และสนับสนุนกรอบแนวคิดที่เชื่อมโยงปัจจัยด้านองค์กร คุณภาพชีวิตการทำงาน และการคงอยู่ในงานอย่างเป็นระบบ ในเชิงปฏิบัติ องค์กรสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางกำหนดนโยบายและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยให้ความสำคัญกับความยุติธรรมในการบริหาร การออกแบบงานที่เอื้อต่อสมดุลชีวิตและการทำงาน และการสร้างความมั่นคงในการทำงาน เพื่อส่งเสริมการคงอยู่ในงานในระยะยาวและยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยในการทำงานอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดจากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ การรายงานด้วยตนเอง ลักษณะการวิจัยเชิงภาคตัดขวาง และการจำกัดพื้นที่ศึกษา ซึ่งอาจส่งผลต่อการอธิบายความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลและการอธิบายทั่วไปของผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ชี้ให้เห็นว่า องค์กรควรพัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สนับสนุนการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพอย่างเป็นระบบ โดยเน้นเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพที่ชัดเจน สวัสดิการและผลตอบแทนที่สอดคล้องกับลักษณะงานและผลงานในระยะยาว ตลอดจนการบริหารจัดการที่โปร่งใสและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้านความปลอดภัย

1.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 สะท้อนว่า องค์กรควรเสริมสร้างบรรทัดฐานทางสังคมและความผูกพันต่อเนื่อง ผ่านวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดหลักจริยธรรม ความรับผิดชอบต่อสังคม และการยอมรับคุณค่าของบทบาทเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ ควบคู่กับการสนับสนุนการพัฒนาวิชาชีพและนโยบายที่เอื้อต่อความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน เพื่อลดความตึงเครียดและส่งเสริมการคงอยู่ในงานอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยเพิ่มเติมที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานของเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยระดับวิชาชีพ เพื่อเพิ่มความครอบคลุมในการอธิบายปรากฏการณ์

2.2 ควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพหรือแบบผสม เพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์และแรงจูงใจเชิงลึกของกลุ่มอาชีพดังกล่าว

2.3 ควรพิจารณาตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของเครื่องมือวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

(Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยเฉพาะงานวิจัยที่ใช้ตัวแปรแฝงหลายมิติ เพื่อยกระดับคุณภาพเครื่องมือและมาตรฐานงานวิจัยเชิงปริมาณ

2.4 ควรประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างตัวแปร รวมถึงการขยายขอบเขตการศึกษาไปยังพื้นที่หรือกลุ่มอาชีพอื่นเพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายทั่วไปของผลการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. (2568). *ทะเบียนเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยในการทำงานระดับวิชาชีพ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. https://www.labour.go.th.

จรัมพร โห้ลำยอง, และศิรินันท์ กิตติสุขสถิต. (2565). อิทธิพลของสมดุลชีวิตกับการทำงานต่อความตั้งใจลาออกและความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรในกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา. *วารสารวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน, 4*(3), 221-236. https://doi.org/10.14456/jappm.2022.30

ดลพร ธีระวงศ์สกุล, และวงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์. (2566). ปัจจัยเชิงสาเหตุของความตั้งใจคงอยู่ของพนักงานธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, *5*(2), 339–352. https://so02.tcithaijo.org/index.php/jemri/article/view/258973

นัฐพล แววปัญญาศิลป์. (2566). ความสมดุลชีวิตกับการทำงานที่มีผลต่อความตั้งใจคงอยู่: กรณีศึกษาบริษัทผู้ผลิตเส้นใยแก้วนำแสงในจังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารสหศาสตร์ ศรีปทุม ชลบุรี, 9*(3), 1–15. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ISCJ/article/view/265512

วสุมา เลดา, และลัดดาวัลย์ สำราญ. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของแรงงานต่างด้าวในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.*วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ, 7*(2), 32–45. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/285793

สำนักงานประกันสังคม. (2567). *รายงานสถิติการประสบอันตรายหรือเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน ปี พ.ศ. 2566. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานประกันสังคม*. https://www.sso.go.th

Greenhaus, J. H., Collins, K. M., & Shaw, J. D. (2002). The relation between work–family balance and quality of life. *Journal of Vocational Behavior, 63*(3), 510–531. https://doi.org/10.1016/S0001-8791(02)00042-8

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review, 1*(1), 61–89. https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z

Mitchell, T. R., Holtom, B. C., Lee, T. W., Sablynski, C. J., & Erez, M. (2001). Why people stay: Using job embeddedness to predict voluntary turnover. *Academy of Management Journal, 44*(6), 1102–1121. https://doi.org/10.2307/3069391

Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology, 87*(4), 698–714. https://doi.org/10.1037/ 0021-9010.87.4.698

แนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษาร้านกาแฟท้องถิ่น ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1

GUIDELINES FOR DEVELOPING CREATIVE EXPERIENCESCAPES OF LOCAL CAFÉS TO PROMOTE CUSTOMER LOYALTY: CASE STUDIES IN THAILAND'S LOWER NORTHERN PROVINCIAL CLUSTER 1

ดาวรุ่ง ฟักทอง
Daorung Fakthong
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร
Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University
*Corresponding Author E-mail: daorungf@nu.ac.th
Received September 18, 2025; **Revised** January 23, 2026; **Accepted** January 28, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยของภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า 2) วิเคราะห์องค์ประกอบของภูมิทัศน์ประสบการณ์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า และ 3) เสนอแนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้า ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน ระยะ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านกาแฟท้องถิ่น 20 ร้าน ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 และวิเคราะห์เนื้อหา ระยะ 2 การวิจัยเชิงปริมาณเก็บแบบสอบถามจากลูกค้า 395 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับภูมิทัศน์ประสบการณ์ 6 ด้าน ได้แก่ บรรยากาศของร้านกาแฟ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ความสัมพันธ์ทางสังคม การถ่ายทอดความรู้ สื่อสังคม และการร่วมสร้างคุณค่า 2) ผลเชิงปริมาณ พบว่า บรรยากาศของร้านกาแฟ การถ่ายทอดความรู้ และสื่อสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงลบ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์อาจลดทอนความคุ้นเคยและความผูกพันของลูกค้าในบริบทร้านกาแฟท้องถิ่น ส่วนความสัมพันธ์ทางสังคมและการร่วมสร้างคุณค่าไม่มีอิทธิพล 3) นำเสนอ 6 แนวทางพัฒนา ได้แก่ 1) การส่งเสริมบรรยากาศร้านที่มีอัตลักษณ์ 2) การถ่ายทอดความรู้ผ่านการเล่าเรื่อง 3) การใช้สื่อสังคมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 4) การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ยืดหยุ่น 5) การส่งเสริมกิจกรรมพบปะทางสังคม และ 6) การเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วม แนวทางเหล่านี้สามารถประยุกต์ใช้จริงในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการจัดการประสบการณ์ เพื่อสร้างความแตกต่าง ส่งเสริมความจงรักภักดี และธุรกิจร้านกาแฟท้องถิ่นมีความยั่งยืน

คำสำคัญ: ภูมิทัศน์ประสบการณ์, ร้านกาแฟท้องถิ่น, ความจงรักภักดีของลูกค้า, ภาคเหนือตอนล่าง

Abstract

This article aimed to 1) examine the factors of creative experiencescape that influence customer loyalty, 2) analyze the components of the experiencescape affecting loyalty, and 3) propose guidelines for developing the creative experiencescape of local cafés to enhance customer loyalty. A mixed-methods research design was employed. In Phase 1, a qualitative approach was conducted through in-depth interviews with owners of 20 local cafés in the Lower Northern Provincial Cluster 1, and analyzed using content analysis. In Phase 2 involved a quantitative survey of 395 local café customers selected through multi-stage sampling; data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis.

The results revealed that 1) café entrepreneurs emphasized six key experiencescape dimensions: café atmosphere, product innovation, social connection, knowledge transfer, social media, and value co-creation. 2) Quantitative findings showed that café atmosphere, knowledge transfer, and social media had a significant positive influence on customer loyalty, while product innovation had a negative influence, due to product changes that may undermine customers' sense of familiarity and emotional attachment in the context of local cafés. Social connection and value co-creation showed no significant effect. 3) Six strategic guidelines were proposed: 1) enhancing café atmosphere with unique identity, 2) delivering knowledge through storytelling, 3) using social media to strengthen customer relationships, 4) creating flexible and customized product innovations, 5) promoting social interaction activities, and 6) encouraging customer participation. These guidelines can be practically applied to develop marketing strategies and experience management to create differentiation, foster customer loyalty, and achieve sustainable growth for local café businesses in the long term.

Keywords: Experiencescape, Local cafés, Customer loyalty, Lower Northern Region

บทนำ

อุตสาหกรรมกาแฟในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีมูลค่าตลาดประมาณ 34.5 พันล้านบาทในปี 2566 และคาดการณ์รายได้รวมในปี 2567 จะสูงถึง 206.75 พันล้านบาท สะท้อนการแข่งขันที่ในตลาดกาแฟไทย (Arunmas, 2024; Nation Thailand, 2025) ดังนั้น การสร้างความแตกต่างของธุรกิจร้านกาแฟในยุคดิจิทัลสอดคล้องกับทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ (Pine & Gilmore, 2011) สร้างความทรงจำเพื่อส่งเสริมความจงรักภักดีต่อแบรนด์ แนวคิดนี้ถูกต่อยอดเพื่อออกแบบประสบการณ์ที่ครอบคลุมในมิติ กายภาพ สังคม วัฒนธรรม และดิจิทัล เพื่อสร้างคุณค่าและความจงรักภักดีของลูกค้า (Kandampully et al., 2023; Opoku et al., 2023) แม้ว่างานวิจัยในต่างประเทศยืนยันความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคุณภาพประสบการณ์และความจงรักภักดีของลูกค้า (Dhisasmito & Kumar, 2020) แต่งานวิจัยภูมิทัศน์ประสบการณ์ในบริบทร้านกาแฟท้องถิ่นของ

ประเทศไทยยังมีจำกัด และขาดการศึกษาอย่างเป็นระบบ ทั้งที่ร้านกาแฟท้องถิ่นเหล่านี้มีความสำคัญในการสร้างบรรยากาศ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และดำเนินการโดยผู้ประกอบการรุ่นใหม่

ร้านกาแฟมีบทบาทสำคัญในฐานะพื้นที่แห่งที่สาม (Third Place) สำหรับสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและทำงานร่วมกัน (Oldenburg, 1997) และขยายสู่พื้นที่แห่งที่สี่ (Fourth Place) ซึ่งเป็นที่บูรณาการระหว่างงานกับสังคมเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ (Morisson, 2018; Chaugule, 2024) ทำให้เป็นทั้งธุรกิจบริการและแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ งานวิจัยในบริบทเอเชียสะท้อนว่าบทบาทดังกล่าวเชื่อมโยงกับบริบททางวัฒนธรรม ความสัมพันธ์ในชุมชน และความคุ้นเคยระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า ซึ่งแตกต่างจากบริบทธุรกิจบริการในโลกตะวันตก (Tran et al., 2020; Dhisasmito & Kumar, 2020; Opoku et al., 2023) โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 (พิษณุโลก เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์ สุโขทัย ตาก) ซึ่งตั้งอยู่บนจุดตัดของระเบียงเศรษฐกิจสำคัญมีศักยภาพทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวสูง (สำนักงานจังหวัดพิษณุโลก, 2565) สอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจเมืองรอง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566; สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2568) พื้นดังกล่าวมีความน่าสนใจในการศึกษา อย่างไรก็ตามแนวคิดภูมิทัศน์ประสบการณ์ที่พัฒนาขึ้นจากบริบทตะวันตกอาจยังไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมและกลไกการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าในร้านกาแฟท้องถิ่นของพื้นที่ดังกล่าวได้อย่างครอบคลุม เนื่องจากมีลักษณะเฉพาะด้านวัฒนธรรม ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด และบทบาทของร้านกาแฟในฐานะพื้นที่ทางสังคมของชุมชน ประกอบกับผู้ประกอบการยังเผชิญความท้าทายจากการแข่งขันที่รุนแรง ข้อจำกัดด้านทรัพยากร และองค์ความรู้ในการออกแบบประสบการณ์อย่างเป็นระบบ

ดังนั้น บทความวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยด้านภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า โดยวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีผลกระทบทั้งจากทัศนะของผู้ประกอบการและมุมมองของลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การนำเสนอแนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้เชิงทฤษฎีด้านภูมิทัศน์ประสบการณ์ในบริบทของร้านกาแฟท้องถิ่น และเป็นแนวทางเชิงปฏิบัติแก่ผู้ประกอบการในการสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่นและนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยของภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของภูมิทัศน์ประสบการณ์ร้านกาแฟท้องถิ่นที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้า

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดภูมิทัศน์ประสบการณ์ (Experiencescape) พัฒนาจากทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ของ Pine และ Gilmore (2011) ซึ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่มากกว่าสินค้าหรือ

บริการ ธุรกิจร้านกาแฟมีการแข่งขันสูง แนวคิดดังกล่าวสร้างความแตกต่างโดยการออกแบบภูมิทัศน์ประสบการณ์ ต่อมา Kandampully et al. (2023) พัฒนาแนวคิดให้ครอบคลุมหลายมิติ ได้แก่ 1) มิติทางกายภาพ เช่น แสง กลิ่น พื้นที่ 2) มิติทางสังคม เช่น ความสัมพันธ์ และ 3) มิติทางดิจิทัล เช่น สื่อสังคม มิติเหล่านี้สร้างประสบการณ์ที่มีความหมาย งานวิจัยของ Opoku et al. (2023) ยืนยันว่าการออกแบบภูมิทัศน์ประสบการณ์ที่ครอบคลุมหลายมิติมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ดังนั้น แนวคิดนี้จึงมีความสำคัญในการส่งเสริมความจงรักภักดี และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจร้านกาแฟ

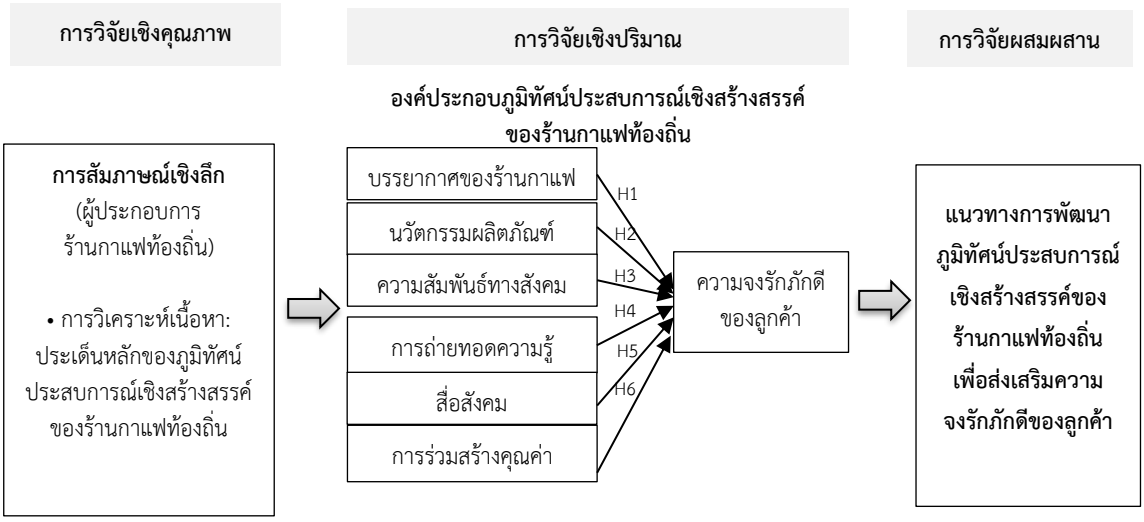
2. องค์ประกอบของภูมิทัศน์ประสบการณ์ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี การทบทวนวรรณกรรม พบว่า องค์ประกอบภูมิทัศน์ประสบการณ์มีบทบาทต่อความจงรักภักดีของลูกค้าประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) บรรยากาศของร้านกาแฟ สร้างความประทับใจ และกระตุ้นการกลับมาใช้ซ้ำ (Mufhtie et al., 2022) 2) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมในการซื้อซ้ำ (Chawkradian & Lalaeng, 2023; Laely, 2024) 3) ความสัมพันธ์ทางสังคมจากการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรกับลูกค้ามีผลต่อความพึงพอใจ และความจงรักภักดี (Sofia et al., 2023; Tran et al., 2020) 4) การถ่ายทอดความรู้ ผ่านบาริสต้าและกิจกรรมเกี่ยวกับกาแฟ เพื่อการสร้างความผูกพัน (Opoku, 2023; Ornelas Sánchez & Vera Martínez, 2021) 5) สื่อสังคม ยังขยายประสบการณ์สู่ดิจิทัลและส่งเสริมความจงรักภักดี (Hidayah & Astuti, 2023; Ibrahim et al., 2021) 6) การร่วมสร้างคุณค่าโดยให้ลูกค้ามีส่วนร่วมออกแบบประสบการณ์ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความจงรักภักดี โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z (Ahmad et al., 2022; Hanafiah et al., 2025) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในบริบทธุรกิจท้องถิ่นสะท้อนว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนแปลงจากเอกลักษณ์เดิมมากเกินไป อาจลดทอนความคุ้นเคยและความผูกพันของลูกค้า โดยเฉพาะในร้านกาแฟท้องถิ่นที่ให้คุณค่ากับบรรยากาศและอัตลักษณ์ของร้านมากกว่าความแปลกใหม่ (Tran et al., 2020; Dhisasmito & Kumar, 2020)

2. ความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) คือความมุ่งมั่นในการเลือกสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีคู่แข่ง (Oliver, 1999) เป็นเป้าหมายหลักของการจัดการประสบการณ์ลูกค้า (Kandampully et al., 2023) Dick และ Basu (1994) แบ่งความจงรักภักดีเป็น 2 มิติคือ 1) เชิงพฤติกรรม คือการกลับใช้บริการการใช้ซ้ำ และ 2) เชิงทัศนคติ คือความผูกพันความเต็มใจสนับสนุนร้าน ในบริบทร้านกาแฟท้องถิ่น ความจงรักภักดีจึงเป็นผลจากประสบการณ์ที่หลากหลายและบรรยากาศ มากกว่าปัจจัยด้านราคาเพียงอย่างเดียว (Dhisasmito & Kumar, 2020)

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าว องค์ประกอบของภูมิทัศน์ประสบการณ์ทั้ง 6 ด้าน ได้นำมาใช้พัฒนากรอบแนวคิดและออกแบบวิธีดำเนินงานวิจัยนี้ เพื่อสะท้อนบริบทของร้านกาแฟท้องถิ่นอย่างครอบคลุม

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดภูมิทัศน์ประสบการณ์ (Pine & Gilmore, 2011; Kandampully et al., 2023) และความจงรักภักดีของลูกค้า (Oliver, 1999; Dick & Basu, 1994) มีองค์ประกอบของภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟท้องถิ่นเป็นตัวแปรอิสระ และความจงรักภักดีของลูกค้าเป็นตัวแปรตาม ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือร้านกาแฟท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ พิษณุโลก เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์ สุโขทัย และตาก ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการเติบโตของธุรกิจกาแฟท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการแบ่งขั้นตอนการวิจัยเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือผู้ประกอบการร้านกาแฟท้องถิ่นจำนวน 20 คน เลือกตัวอย่างที่สอดคล้อง และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้ 1) เป็นร้านที่สามารถค้นหาจากคำว่า “ร้านกาแฟ จังหวัด...” ผ่าน Google Search Engine 2) ได้รับการจัดอันดับ 4.00 ขึ้นไปจาก Google Review และ 4) เปิดดำเนินการอย่างต่อเนื่องมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี สอดคล้องกับขนาดการสัมภาษณ์ที่เหมาะสม 5–30 ราย (Nastasi & Schensul, 2005) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) ตัวผู้วิจัยเป็นเครื่องมือหลัก 2) แนวคำถามสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง 3) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการจดบันทึกภาคสนาม 4) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Provalis QDA Miner-Lite ช่วยในการตั้งรหัสและจัดหมวดหมู่ข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 1) ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านกาแฟ มีการนัดหมายวันและเวลาล่วงหน้า ใช้เวลา 30–45 นาทีต่อราย 2) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และ 3) การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการสัมภาษณ์ ใช้กระบวนการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามแนวทางของ Erlingsson & Brysiewicz (2017) แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การย่อความ 2) การตั้งรหัส 3) การจัดหมวดหมู่ และ 4) การพัฒนาประเด็นหลัก โดยกระบวนการตั้งรหัสข้อมูลใช้แนวทางเชิงอุปนัย (Inductive coding) เป็นหลัก ผู้วิจัยถอดเทปและอ่านข้อมูลซ้ำเพื่อดึงประเด็นจากข้อมูลดิบ จากนั้นจัดกลุ่มรหัสเป็นหมวดหมู่และสังเคราะห์เป็น 6 ประเด็นหลัก ก่อนใช้กรอบแนวคิดด้านภูมิทัศน์ประสบการณ์เป็นแนวทางในการ

ตรวจสอบและตีความผลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านข้อมูลและการตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Carter et al., 2014)

ขั้นตอนที่ 2: การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร คือลูกค้าที่เคยมีประสบการณ์ใช้บริการร้านกาแฟท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 แต่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Cochran (1954) ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าคลาดเคลื่อน ±5% สัดส่วนประชากร 50% ได้จำนวน 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดจึงได้เพิ่มจำนวนอีก 15 ตัวอย่าง รวมเป็น 400 ตัวอย่าง แต่สามารถเก็บรวบรวมและใช้ได้จริง 395 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการแบบหลายขั้นตอน ประกอบด้วย 1) สุ่มแบบเจาะจงร้านที่ตรงเกณฑ์ที่กำหนดจำนวน 20 ร้าน โดยแบ่งตามโควตาจำนวนร้านละ 20 ตัวอย่างแบบเท่ากัน ด้วยการสุ่มเชิญลูกค้าที่มาใช้บริการตามลำดับการเข้าร้าน ณ จุดขาย และเก็บข้อมูลในช่วงเวลาที่หลากหลาย เพื่อช่วยลดความลำเอียงในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ภูมิทัศน์ประสบการณ์ของร้านกาแฟท้องถิ่น ครอบคลุม 6 องค์ประกอบที่ได้ผลวิจัยเชิงคุณภาพและจากการทบทวนวรรณกรรม 2) ความจงรักภักดีของลูกค้า จำนวน 4 ข้อ จากการทบทวนวรรณกรรม โดยใช้มาตรวัดประมาณค่าตามหลัก Likert Scale (Best & Kahn, 2014) แบบ 5 ระดับ และ 3) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย 1) ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ใช้เกณฑ์การยอมรับค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1976) ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ได้อยู่ระหว่าง 0.60–1.00 แสดงว่าเครื่องมือมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และ 2) ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง 40 คน โดยวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha) โดยยอมรับค่าที่มากกว่า 0.70 (Nunnally & Bernstein, 1978) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการใช้บริการ และ 2) สถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า ผู้ประกอบการร้านกาแฟให้ความสำคัญกับปัจจัยของภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า แบ่งเป็น 6 ประเด็นหลัก (Theme) ประกอบด้วย 1) บรรยากาศของร้าน 2) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนาเมนูหรือผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และมีความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นอัตลักษณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า 3) ความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างร้านกาแฟกับลูกค้า และเป็นพื้นที่การพบปะของชุมชน 4) การถ่ายทอดความรู้ เป็นวิธีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ระหว่างร้านกาแฟกับลูกค้าเพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า 5) สื่อสังคม ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสาร การสร้างภาพลักษณ์ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และ 6) การร่วมสร้างคุณค่า เป็นการเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบริการในร้านกาแฟ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้ามีระดับความคิดเห็นในภาพรวมขององค์ประกอบภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.49 (S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 6 ด้าน พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 4 ด้าน และระดับมาก 2 ด้าน ตามลำดับดังนี้ ด้านบรรยากาศของร้านกาแฟ เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ย 4.65 (S.D. = 0.34) ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.56 (S.D. = 0.43) ด้านสื่อสังคม ค่าเฉลี่ย 4.56 (S.D. = 0.59) ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ค่าเฉลี่ย 4.55 (S.D. = 0.49) ด้านการร่วมสร้างคุณค่า ค่าเฉลี่ย 4.37 (S.D. = 0.65) และด้านการถ่ายทอดความรู้ เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ย 4.28 (S.D. = 0.65) การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณระหว่างองค์ประกอบของภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์กับความจงรักภักดีของลูกค้า ด้วยวิธีการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	p	Tole-rance	VIF
(Constant)	1.087	0.264		4.118	0.000		
บรรยากาศร้านกาแฟ	0.321	0.077	0.221	4.183*	0.000	0.511	1.957
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	-0.237	0.067	-0.206	-3.529*	0.000	0.421	2.375
ความสัมพันธ์ทางสังคม	0.016	0.062	0.016	0.261	0.794	0.386	2.591
การถ่ายทอดความรู้	0.326	0.041	0.429	7.938*	0.000	0.489	2.044
สื่อสังคม	0.288	0.039	0.342	7.304*	0.000	0.653	1.532
การร่วมสร้างคุณค่า	0.040	0.036	0.052	1.105	0.270	0.644	1.552

หมายเหตุ: R Square = 0.445, Adjusted R Square = 0.436, Durbin-Watson = 2.223, F-ratio = 51.792
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ตัวแปรตาม คือ ความจงรักภักดีของลูกค้า (CL)

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานงานวิจัย ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p < .05$) ได้แก่ บรรยากาศร้านกาแฟ (H1) การถ่ายทอดความรู้ (H4) และสื่อสังคม (H5) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ทางบวก แสดงว่า เมื่อลูกค้ารับรู้ประสบการณ์ 3 ด้านนี้ในระดับที่ดีขึ้น ส่งผลต่อระดับความจงรักภักดีของลูกค้าในเชิงบวก ส่วนด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (H2) มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ ซึ่งอาจจะเกิดจากมีตัวแปรอื่นร่วมด้วยแสดงว่านวัตกรรมยังมีประโยชน์ ขณะที่ความสัมพันธ์ทางสังคม (H3) และการร่วมสร้างคุณค่า (H6) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ทั้งสองตัวแปรนี้ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า ทั้งนี้ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ความสัมพันธ์ทางสังคมและการร่วมสร้างคุณค่า เป็นข้อค้นพบที่สวนทางกับสมมติฐานและงานวิจัยส่วนใหญ่ ซึ่งสะท้อนบริบทเฉพาะของร้านกาแฟท้องถิ่นที่ลูกค้าให้คุณค่ากับความคุ้นเคยและอัตลักษณ์ มากกว่าความแปลกใหม่หรือกิจกรรมการมีส่วนร่วม ผลวิจัยจากมุมมองของลูกค้านี้ใช้เป็นส่วนหนึ่งในการสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ในลำดับถัดไป

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้าในร้านกาแฟท้องถิ่น นำเสนอแนวการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้าในร้านกาแฟจากผลของวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 แบ่งเป็น 6 แนวทาง ดังนี้

1) แนวทางการพัฒนาบรรยากาศของร้านกาแฟ (Café Atmosphere) ควรส่งเสริมบรรยากาศสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะของร้านกาแฟนำเสนอเอกลักษณ์ของร้านหรือชุมชน มีพื้นที่หลากหลาย ใช้แสง เสียง และกลิ่นสร้างบรรยากาศแบบอบอุ่น และผ่อนคลาย มีข้อมูลนำทาง และพิกัดร้านที่ถูกต้องรวมถึงป้ายบอกทางในบริเวณร้าน และความสะอาดของร้านเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อสร้างความประทับใจและผูกพัน

2) แนวทางการพัฒนาการถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer) เพื่อเสริมสร้างคุณค่าทางความรู้ให้กับลูกค้า ใช้การเล่าเรื่อง (Storytelling) โดยบุคลากรของร้าน โดยใช้ QR Code หรือคลิปวิดีโอเป็นเครื่องมือ และเวิร์กช็อปเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เช่น การสอนชงกาแฟ การเลือกเมล็ดกาแฟ เป็นต้น

3) แนวทางการพัฒนาสื่อสังคม (Social Media) ใช้สำหรับการสื่อสาร และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ สร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจ ให้ลูกค้าร่วมสร้างประสบการณ์ และตอบสนองต่อความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าประจำ

4) แนวทางการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ควรปรับสูตรตามความต้องการของลูกค้ารายบุคคล (Customization) สร้างเมนูใหม่ตามฤดูกาล ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นหรือวัตถุดิบพิเศษเพื่อเพิ่มความแปลกใหม่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง แต่คงไว้ซึ่งคุณภาพและราคาที่เหมาะสม

5) แนวทางการพัฒนาความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Connection) ควรสร้างพื้นที่เอื้อต่อการพบปะแลกเปลี่ยน สร้างเครือข่าย สร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า พัฒนาทักษะบุคลากรในการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า โดยจัดกิจกรรมเวิร์กช็อป หรือกิจกรรมพิเศษ เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนร้านกาแฟและความผูกพันในระยะยาวให้กับลูกค้า

6) แนวทางการพัฒนาการร่วมสร้างคุณค่า (Value Co-creation) ควรสนับสนุนให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์และการบริการ รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จัดกิจกรรมโหวตเมนู ออกแบบบรรจุภัณฑ์ หรือทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ และให้รางวัลหรือสิทธิพิเศษ เพื่อสร้างความรู้สึกมีการมีส่วนร่วม ความผูกพัน และความจงรักภักดีของลูกค้าอย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการร้านกาแฟท้องถิ่นให้ความสำคัญกับองค์ประกอบภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ 6 ด้าน ได้แก่ บรรยากาศของร้านกาแฟ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ความสัมพันธ์ทางสังคม การถ่ายทอดความรู้ สื่อสังคม และการร่วมสร้างคุณค่า ซึ่งสะท้อนถึงมิติประสบการณ์แบบองค์รวมที่ครอบคลุมทั้งทางกายภาพ สังคม วัฒนธรรม และดิจิทัล ทั้งนี้อาจมาจากบทบาทของร้านกาแฟยุคใหม่ที่ได้ขยายจากแนวคิดพื้นที่แห่งที่สาม (Oldenburg, 1997) ไปสู่พื้นที่แห่งที่สี่ (Morisson, 2018) เป็นพื้นที่ทำงานร่วมกันส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ และการร่วมมือกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Pine และ Gilmore (2011) ที่มองว่าประสบการณ์เป็นคุณค่าหลักที่มี

มูลค่าสูงกว่าสินค้าและบริการ และสอดคล้องกับการอธิบายเรื่องการร่วมสร้างประสบการณ์แบบองค์รวมที่นำไปสู่ประสบการณ์เฉพาะบุคคลและส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Opoku, 2023) และเป็นไปตามข้อเสนอที่ว่าภูมิทัศน์ประสบการณ์ คือการบูรณาการทุกองค์ประกอบเพื่อสร้างคุณค่า และความแตกต่างให้กับลูกค้าในระยะยาว (Kandampully et al., 2023)

ผลวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า บรรยากาศ การถ่ายทอดความรู้ และสื่อสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากลูกค้าให้ความสำคัญกับประสบการณ์และความผูกพันทางอารมณ์ (Nurfadillah et al., 2023) โดยบรรยากาศที่อบอุ่น และเป็นกันเองช่วยสร้างความจงรักภักดี (Mufhtie et al., 2022) ในส่วนของการถ่ายทอดความรู้ สอดคล้องกับ Opoku (2023) ที่ชี้ให้เห็นว่าการถ่ายทอดความรู้ของบาริสต้าในร้านกาแฟช่วยสร้างความผูกพันกับลูกค้าและสร้างความแตกต่างให้กับร้าน เช่นเดียวกับ Ornelas Sánchez และ Vera Martínez (2021) ยืนยันว่าการให้ความรู้แก่ลูกค้าช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและความจงรักภักดี ในส่วนของสื่อสังคม และการตลาดสื่อสังคมก็ส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีเช่นกัน (Hidayah & Astuti, 2023; Ibrahim et al., 2021) ในทางตรงกันข้าม นวัตกรรมผลิตภัณฑ์กลับมีอิทธิพลเชิงลบต่อความจงรักภักดี แสดงให้เห็นว่าในบริบทร้านกาแฟท้องถิ่น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วหรือแตกต่างจากเอกลักษณ์เดิมมากเกินไป อาจนำไปสู่ภาวะการทำลายคุณค่าที่ลูกค้าคุ้นเคย (Value Co-destruction) (Zhang et al., 2020) อาจตีความได้ว่า ลูกค้าในบริบทร้านกาแฟท้องถิ่นให้ความสำคัญกับความคุ้นเคยและความสม่ำเสมอของรสชาติและประสบการณ์ โดยมองว่ากาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ให้ความสบายใจมากกว่าการแสวงหาความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่มากเกินไป ซึ่งแตกต่างจากบริบทของร้านกาแฟเชิงพาณิชย์ขนาดใหญ่หรือเชนร้านกาแฟที่พบผลเชิงบวก (Chawkradian & Lalaeng, 2023; Laely, 2024) ความสัมพันธ์ทางสังคมและการร่วมสร้างคุณค่า มีค่าเฉลี่ยสูงแต่ ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดี สะท้อนให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ทางสังคมและการร่วมสร้างคุณค่าอาจทำหน้าที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ลูกค้าคาดหวังอยู่แล้วในร้านกาแฟ จึงไม่เพียงพอที่จะกระตุ้นความจงรักภักดีในเชิงพฤติกรรมอย่างชัดเจน นอกจากนี้อาจเป็นผลจากบริบททางวัฒนธรรมของพื้นที่ศึกษาที่ลูกค้าบางกลุ่มให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว การใช้พื้นที่เพื่อพักผ่อนหรือถ่ายภาพมากกว่าการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่ไม่คุ้นเคย ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยในบริบทเมืองใหญ่ที่เน้นบทบาทร้านกาแฟในฐานะพื้นที่ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Tran et al., 2020) ขณะที่ Budaya et al. (2023) พบว่า กลุ่มมิลเลนเนียลนิยมสร้างปฏิสัมพันธ์ ทำงานในร้านกาแฟมากกว่าผ่านออนไลน์ และการร่วมสร้างคุณค่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อความจงรักภักดีของกลุ่ม Gen Z ในยุคดิจิทัล (Ahmad et al., 2022; Hanafiah et al., 2025) ความแตกต่างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หลากหลายตามบริบทพื้นที่และรูปแบบการใช้บริการร้านกาแฟมากกว่าความผูกพันทางสังคมแบบดั้งเดิม

ผลวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 ได้เสนอ 6 แนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากลูกค้าเลือกใช้บริการร้านกาแฟจากคุณค่าทางประสบการณ์มากกว่าผลิตภัณฑ์ ซึ่งครอบคลุมทั้งมิติทางกายภาพ สังคม วัฒนธรรม และดิจิทัล สอดคล้องกับแนวคิดของ Kandampully et al. (2023) และ Opoku (2023) แนวทางนี้ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบประสบการณ์เพื่อสร้างความแตกต่าง และความผูกพันในระยะยาวสำหรับการออกแบบภูมิทัศน์ประสบการณ์ โดยเฉพาะกับคนรุ่นใหม่ที่มองหาร้านกาแฟในฐานะพื้นที่ที่มีความหมายทั้งในโลกจริงและออนไลน์ (Chaugule, 2024)

ซึ่งการพัฒนาและผสมผสานองค์ประกอบเหล่านี้อย่างกลมกลืนเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความจงรักภักดีและความยั่งยืน (Kandampully et al., 2023) ให้กับธุรกิจร้านกาแฟ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากงานวิจัยนี้ ได้องค์ความรู้ใหม่เป็นแนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้า โดยสามารถจำแนกได้เป็น 6 แนวทาง โดยสรุปเป็นแผนภาพที่ 3



แผนภาพที่ 3 แสดงแนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้า

แผนภาพที่ 3 นำเสนอ 6 แนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้า ได้แก่ 1) บรรยากาศที่สะท้อนอัตลักษณ์ 2) การถ่ายทอดความรู้ผ่านการเล่าเรื่อง 3) การใช้สื่อสังคมเพื่อสื่อสารและเชื่อมโยงกับลูกค้า 4) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความคุ้นเคย 5) ความสัมพันธ์ทางสังคมที่ส่งเสริมกิจกรรมแลกเปลี่ยนอย่างเป็นกันเอง และ 6) การร่วมสร้างคุณค่าที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมออกแบบบริการ โดยการบูรณาการแนวทางเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมความจงรักภักดี นำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน และสามารถประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการพัฒนาธุรกิจร้านกาแฟท้องถิ่น รวมถึงการสนับสนุนเชิงนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สรุป

บทความวิจัยนี้มุ่งนำเสนอ 6 แนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 เพื่อส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้า โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน แนวทางที่นำเสนอประกอบด้วย 1) บรรยากาศของร้านกาแฟ 2) การถ่ายทอดความรู้ 3) สื่อสังคม 4) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ 5) ความสัมพันธ์ทางสังคม และ 6) การร่วมสร้างคุณค่า ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์แบบองค์รวมและเป็นกลยุทธ์สำคัญในการส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้า อันจะนำไปสู่การเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืนในยุคปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการร้านกาแฟท้องถิ่น ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ 6 ด้าน ซึ่งสะท้อนศักยภาพของร้านในการเป็นพื้นที่สร้างประสบการณ์แบบองค์รวมที่มากกว่าการจำหน่ายสินค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรพัฒนาองค์ประกอบเหล่านี้อย่างครอบคลุม เพื่อยกระดับประสบการณ์และส่งเสริมความจงรักภักดีของลูกค้า อาทิ การตกแต่งร้านที่มีเอกลักษณ์ การสร้างสรรค์เมนูใหม่ การส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การจัดกิจกรรมให้ความรู้ การใช้สื่อออนไลน์สื่อสารเชิงรุก และการเปิดพื้นที่ให้ลูกค้ามีส่วนร่วม

1.2 ผลวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า บรรยากาศ การถ่ายทอดความรู้ สื่อสังคม และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความจงรักภักดีของลูกค้า ซึ่งเน้นย้ำว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับคุณค่าทางอารมณ์และประสบการณ์ที่มีความหมายมากกว่าราคา ดังนั้น ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์ที่สอดคล้อง เช่น ปรับบรรยากาศให้สร้างอารมณ์เชิงบวก ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์ ใช้สื่อสังคมสร้างความสัมพันธ์เชิงลึก และพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์แบบค่อยเป็นค่อยไป เพื่อรักษาระดับความคุ้นเคยของลูกค้า ซึ่งทั้งหมดนี้จะช่วยส่งเสริมความจงรักภักดีในระยะยาว

1.3 ผลวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 ชี้ให้เห็นแนวทางการพัฒนาภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ ซึ่งในการนำไปใช้ผู้ประกอบการควรเริ่มจากการทำความเข้าใจอัตลักษณ์ของร้านและบริบททางวัฒนธรรมของพื้นที่ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวคิดหลักในการออกแบบร้าน การเล่าเรื่องผ่านกิจกรรม และการสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการพัฒนาเมนูและบริการที่สอดคล้องกับความคุ้นเคยของลูกค้า การจัดพื้นที่รองรับการใช้งานที่หลากหลาย และการเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วม แนวทางดังกล่าวช่วยให้ประสบการณ์มีความเชื่อมโยงทั้งในโลกจริงและโลกดิจิทัล และส่งเสริมความจงรักภักดีได้อย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ภูมิทัศน์ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ของร้านกาแฟเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า สามารถนำไปเป็นแนวทางสำหรับการวิจัยในประเด็นอื่นต่อไป อาทิ การเปรียบเทียบประสบการณ์ระหว่างร้านกาแฟท้องถิ่นและร้านกาแฟเครือข่าย การศึกษาพฤติกรรมและความคาดหวังของลูกค้าในกลุ่ม Generation ต่าง ๆ การประยุกต์โมเดลไปศึกษาในธุรกิจบริการอื่น ๆ และการวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่าน เช่น คุณค่าเชิงประสบการณ์และความผูกพันของลูกค้า

โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (SEM) รวมถึงการศึกษาเชิงลึกหรือการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่ออธิบายเหตุผลที่ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและการร่วมสร้างคุณค่าไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในบริบทนี้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570). https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/ranong/download/article/article_20230418122435.pdf

สำนักงานจังหวัดพิษณุโลก. (2565). *แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567*.https://www.phitsanulok.go.th/yuthasat/plan2567.pdf

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2568). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสาม (พ.ศ. 2566-2570)*. https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/02/article_file_20230307173518.pdf

Ahmad, F., Mustafa, K., Hamid, S. A. R., Khawaja, K. F., Zada, S., Jamil, S., Qaisar, M. N., Vega-Muñoz, A., Contreras-Barraza, N., & Anwer, N. (2022). Online customerexperience leads to loyalty via customer engagement: Moderating role of valueco-creation. *Frontiers in Psychology, 13,* 897851. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.897851

Arunmas, P. (2024, June 4). Coffee market posts healthy growth. *Bangkok Post*.https://www.bangkokpost.com/business/general/2804719/coffee-market-posts-healthy-growth

Abergos, L. A. G., Chua, I. E., Paz, M. J. D., Galvin, L. C. D., Gatbonton, G. A., Grimaldo, H. C. O., & Tumbali, M. V. L. (2024). The effectiveness of social media as amarketing tool for selected MSME coffee shops in Manila. *Global Scientific andAcademic Research Journal of Economics, Business and Management, 3*(6), 17–26. https://gsarpublishers.com/journals-gsarjebm-home/

Best, J. W., & Kahn, J. V. (2014). *Research in education* (10th ed.). Pearson Higher Ed.

Carter, N., Bryant-Lukosius, D., DiCenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014). The use oftriangulation in qualitative research. *Oncology Nursing Forum, 41*(5), 545–547. https://doi.org/10.1188/14.ONF.545-547

Chaugule, A. (2024). Redefining coffee culture and social media interaction calling a “third place.” *International Journal for Multidisciplinary Research,6*(3), 1-2. https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i03.19814

Chawkradian, S., & Lalaeng, C. (2023). Experiential marketing and business innovationaffecting customer loyalty in café business. *Asian Administration & Management Review, 6*(2), 130–140. https://doi.org/10.14456/aamr.2023.25

Cochran, W. G. (1954). The combination of estimates from different experiments. *Biometrics*, 10(1), 101-129.

Dhisasmito, P. P., & Kumar, S. (2020). Understanding customer loyalty in the coffee shop industry (A Survey in Jakarta, Indonesia). *British Food Journal, 122*(7), 2253–2271. https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0763

Erlingsson, C., & Brysiewicz, P. (2017). A hands-on guide to doing content analysis. *African Journal of Emergency Medicine, 7*(3), 93–99. https://doi.org/10.1016/j.afjem.2017.08.001

Hanafiah, H., Gursida, H., & Muharam, H. (2025). Increasing customer loyalty through co-creation, product innovation, social media marketing with customer satisfaction as an intervening variable. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature (IJMRL), 4*(4), 664–677. https://doi.org/10.53067/ijomral.v4i4.355

Hidayah, N., & Astuti, E. (2023). *The effect of social media marketing activities on revisit intention at the coffee shop in Indonesia*. In *Proceedings of the International Conference on Business and Economics (ICONBEM 2022)* (pp. 45–52). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-216-3_4

Ibrahim, B., Suki, N. M., & Harun, A. (2021). Social media engagement and brand loyalty: A review and research agenda. *International Journal of Academic Research inBusiness and Social Sciences, 11*(3), 121–135. https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v11-i3/8604

Kandampully, J., Bilgihan, A., & Amer, S. M. (2023). Linking servicescape and experiencescape: Creating a collective focus for the service industry. *Journal of Service Management, 34*(2), 316–340. https://doi.org/10.1108/JOSM-08-2021-0301

Laely, N. (2024). Innovation and CRM integration for customer loyalty in coffee business. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 51*, 21–30. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.01.002

Morrison, A. (2018). *A typology of places in the knowledge economy: Towards thefourth place.* In *International Symposium on New Metropolitan Perspectives* (pp. 444–451). Cham: Springer International Publishing.https://doi.org/10.1007/978-3-319-92099-3_50

Mufhtie, B., Suhud, U., & Aditya, S. (2022). Predicting customer satisfaction and intention to revisit a local coffee shop with industrial concept in Jakarta. *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis, 5*(2), 18–34. https://doi.org/10.21009/JDMB.05.2.2

Nation Thailand. (2025, August 3). Coffee consumption surges as Thai market defies economic slump. *Nation Thailand.*https://www.nationthailand.com/business/economy/40053517

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Nurfadillah, L., Prasetyo, A. B., & Aini, S. Q. (2023). The effect of experiential marketing and experiential value on customer loyalty of coffee shops in Mataram City through satisfaction as a mediation variable. *International Journal of Social Science and Research Review, 6*(11), 176–185. https://doi.org/10.47814/ijssrr.v5i3.176

Oldenburg, R. (1997). Our vanishing third places. *Planning commissioners journal, 25*(4),6-10.

Opoku, E. K., Tham, A., Morrison, A. M., & Wang, M. J. S. (2023). An exploratory study ofthe experiencescape dimensions and customer revisit intentions for specialty urban coffee shops. *British Food Journal, 125*(5), 1613–1630. https://doi.org/10.1108/bfj-04-2022-0361

Ornelas-Sánchez, S. A., & Vera-Martínez, J. (2021). The more I know, the more I engage: Consumer education's role in consumer engagement in the coffee shop

context. *British Food Journal, 123*(2), 551–562. https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2020-0401

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Press.

Rancati, G., Nguyen, T. T. T., Fowler, D., Mauri, M., & Schultz, C. D. (2024). Customerexperience in coffee stores: A multidisciplinary neuromarketing approach. *Journal of Consumer Behaviour, 23*(1), 243–259. https://doi.org/10.1002/cb.2184

Sofia, S., Firyal, R. N., Oktaviani, A., Ghifari, N. M., & Wachdijono, W. (2023). The effect ofbaristas on consumer satisfaction through coffee shop atmosphere as an intervening variable. *Journal Transnational Universal Studies, 1*(8), 769–785. https://doi.org/10.58631/jtus.v1i9.46

Tran, Q. X., Dang, M. V., & Tournois, N. (2020). The role of servicescape and socialinteraction toward customer service experience in coffee stores: The case ofVietnam. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research,14*(4), 619–637. https://doi.org/10.1108/IJCTHR-11-2019-0194

Zhang, T., Lu, C., & Su, C. (2020). Co-creation or co-destruction: A perspective of online customer engagement in hospitality services. *Frontiers in Psychology, 1,*591753. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.591753

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหาร ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

FACTORS AFFECTING FOOD WASTE FROM ONLINE FOOD DELIVERY SERVICE WITHIN PHRA NAKORN SI AYUTTHAYA PROVINCE

ศิริมาพร เจริญในวงศ์เผ่า, ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ*, สุตาภัทร จันทร์ประเสริฐ, อดิศัย วรรธนะภูติ และพรเทพ แก้วเชื้อ
Sirimaporn Charoennaiwongpao, Theerasak Supprasert, Suthapat Janprasert, Adisai Watanaputi, Pornthep Kaewchur
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
*Corresponding Author Email: Theerasak.s@rmutsb.ac.th
Received September 24, 2025; **Revised** February 23, 2026; **Accepted** February 25, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของทัศนคติของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ และปัจจัยการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของทัศนคติของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ ส่งผลต่อปัจจัยการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือและการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วยสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า 1) ทัศนคติของผู้บริโภคมีระดับคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด ขณะที่พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์อยู่ในระดับปฏิบัติบ่อยครั้ง โดยมีความสะดวกและความรวดเร็วเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ สำหรับปัจจัยการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ พบว่าอยู่ในระดับสูง แม้ผู้บริโภคจะตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม แต่การตัดสินใจยังคงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นหลัก ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างแสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงในระดับดี (χ^2/df = 1.26, RMSEA = 0.025, GFI = 0.99, AGFI = 0.98) 2) ทัศนคติของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงในระดับสูงต่อพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ (อิทธิพล = 0.93) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ (อิทธิพล = 0.38) และทัศนคติของผู้บริโภคมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเกิดขยะอาหาร โดยมีอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.70

คำสำคัญ: ขยะอาหาร, โซ่อุปทานอาหาร, บริการขนส่งอาหาร, พฤติกรรมผู้บริโภค, จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Abstract

This research aimed to (1) examine the level of consumers' attitudes, online food delivery usage behavior, and factors contributing to food waste generated from online food delivery services, and (2) analyze the direct and indirect effects of consumers' attitudes and

behaviors on food waste generation associated with online food delivery services. A quantitative research design was employed. Data were collected from 400 users of online food delivery services in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province using a questionnaire, with stratified random sampling. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used for data analysis, and causal relationships were examined using Structural Equation Modeling (SEM).

The results indicated that 1) consumers exhibited attitudes at the highest level of agreement, while their online food delivery usage behavior was at a frequent level, primarily driven by convenience and speed. Factors contributing to food waste generated from online food delivery services were found to be at a high level. Although consumers were aware of the environmental impacts of food waste, their decision-making was still largely influenced by price considerations. The SEM results demonstrated that the proposed model showed a good fit with the empirical data (χ^2/df = 1.26, RMSEA = 0.025, GFI = 0.99, AGFI = 0.98); and 2) consumers' attitudes had a strong direct effect on online food delivery usage behavior (effect = 0.93). In addition, consumers' behavior had a direct effect on food waste generation from online food delivery services (effect = 0.38). Consumers' attitudes exerted both direct and indirect effects on food waste generation, with a total effect of 0.70.

Keywords: Food waste, Food supply chain, Food delivery services, Consumer behavior, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province.

บทนำ

ในปัจจุบันการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ (Food delivery) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการด้านความสะดวก รวดเร็ว และความหลากหลายของร้านอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กานต์มณี อึ้งประสพสุข และคณะ, 2567) อย่างไรก็ตาม แม้บริการดังกล่าวจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค แต่การใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์กลับก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบที่เริ่มได้รับความสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะปัญหาการเกิดขยะอาหารจากอาหารที่ไม่ตรงตามความคาดหวังของผู้บริโภค ทั้งในด้านคุณภาพ ปริมาณ รูปลักษณ์ และรสชาติ ซึ่งปัญหาดังกล่าว อาจมาจากหลายสาเหตุ เช่น การใช้ภาพโฆษณาแทนภาพอาหารจริง ระยะทางในการขนส่งที่ส่งผลต่อความสดใหม่ของอาหาร รวมถึงความไม่เหมาะสมของบรรจุภัณฑ์อาหาร ซึ่งอาจทำให้คุณภาพอาหารลดลง เมื่ออาหารที่ได้รับไม่เป็นไปตามความคาดหวัง ผู้บริโภคอาจเลือกที่จะไม่บริโภคหรือบริโภคไม่หมด ส่งผลให้อาหารเหล่านั้นกลายเป็นขยะอาหารในที่สุด ปัญหาขยะอาหารจึงไม่เพียงเป็นผลลัพธ์จากระบบการผลิตอาหารเท่านั้น แต่ยังเชื่อมโยงโดยตรงกับพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคด้วย ขยะอาหารนั้นเป็นขยะอินทรีย์ที่สร้างปัญหาต่อสิ่งแวดล้อมจนเกิดเป็นวิกฤตขยะอาหารที่ทั่วโลกต่างก็ให้ความสำคัญและให้ความสนใจ ซึ่งสถานการณ์ของวิกฤตขยะอาหารนั้นแสดงถึงการสูญเสียและสิ้นเปลืองทรัพยากรอย่างไม่คุ้มค่า จนทำให้อาหารที่ถูกผลิตแล้วกลายเป็นขยะและสูญเปล่า ถึง 1 ใน 3 ของปริมาณอาหารหรือประมาณ 1,300

ล้านตันของอาหารที่ผลิตเพื่อการบริโภค (Jones-Garcia, E., et al., 2022) สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึงการใช้ทรัพยากรอย่างไม่มีประสิทธิภาพ และส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของระบบอาหารในระยะยาว สำหรับปริมาณขยะอาหารในประเทศไทยนั้นยังคงมีปริมาณขยะอาหารเพิ่มขึ้นโดยข้อมูลจากกรมควบคุมมลพิษ ระบุว่าในปี 2560 มีขยะอาหารคิดเป็นร้อยละ 64 ของปริมาณทั้งหมด หรือ 254 กิโลกรัมต่อคนต่อปี แต่ไทยมีการนำขยะอาหารไปใช้ประโยชน์น้อยมาก เนื่องจากข้อจำกัดด้านการคัดแยกขยะและระบบจัดการในระดับท้องถิ่น สะท้อนให้เห็นว่าปัญหาขยะอาหารในประเทศไทยยังไม่ได้รับการจัดการอย่างเป็นระบบ แม้งานวิจัยที่ผ่านมาทั้งในและต่างประเทศจะให้ความสำคัญกับปัญหาขยะอาหารและการจัดการขยะเป็นจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นการศึกษาในระดับครัวเรือนหรือระบบจัดการขยะ ขณะที่งานวิจัยที่อธิบายกลไกเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เชื่อมโยงการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์กับการเกิดขยะอาหารโดยตรงยังมีจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทย

ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีประชากรจำนวนมากและมีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวสูง การศึกษาในครั้งนี้ไม่เพียงช่วยอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเกิดขยะอาหารในบริบทบริการดิจิทัล แต่ยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานของร้านค้า ผู้ให้บริการขนส่งอาหาร และการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ผู้บริโภค เพื่อช่วยลดปริมาณขยะอาหารและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านทัศนคติ พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลเชิงโครงสร้างทั้งทางตรงและทางอ้อมของทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์

การทบทวนวรรณกรรม

อาหารที่ผู้บริโภคบริโภคในชีวิตประจำวันเป็นผลลัพธ์ของกระบวนการในห่วงโซ่อุปทานอาหาร (Food Supply Chain) ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การผลิต การแปรรูป การบรรจุ การจัดเก็บ การกระจายสินค้า ไปจนถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (Ababou, 2024) อย่างไรก็ตาม ในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทานดังกล่าวมักเกิดการสูญเสียอาหารและขยะอาหาร โดยมีปริมาณรวมกันสูงถึงประมาณ 1 ใน 3 ของอาหารที่ผลิตเพื่อการบริโภคของมนุษย์ทั่วโลก หรือราว 1.3 พันล้านตันต่อปี (Jones-Garcia et al., 2022) ซึ่งการสูญเสียนี้ไม่เพียงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการเพิ่มความรุนแรงของภาวะโลกร้อน (Urugo et al., 2024)

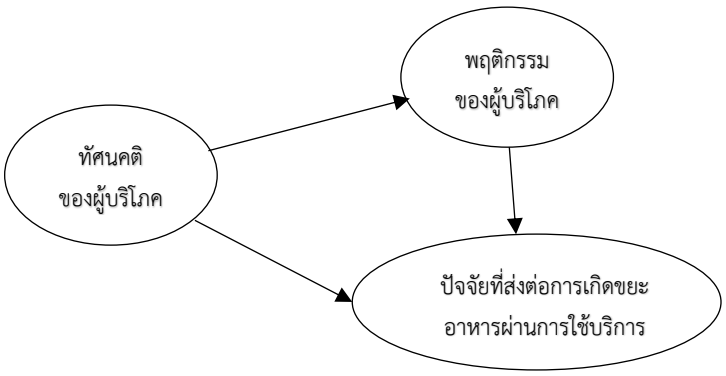
ในปัจจุบันพฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสังคมและเทคโนโลยี โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะดวกและความรวดเร็วมากขึ้น ส่งผลให้บริการ

ขนส่งอาหารออนไลน์ (Online Food Delivery: OFD) กลายเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในขั้นตอนสุดท้ายของห่วงโซ่อุปทานอาหารในการกระจายอาหารไปยังผู้บริโภคลำดับสุดท้าย จากงานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อและอำนาจซื้อ จะแสดงออกผ่านพฤติกรรมการซื้อและการใช้บริการสั่งอาหาร ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบการบริโภคอาหารและการจัดการอาหารภายในครัวเรือนที่มีบทบาทสำคัญต่อการเกิดขยะอาหาร โดยเฉพาะการสั่งอาหารเกินความจำเป็นและการขาดการวางแผน (ดวงตา อ่อนเวียง, 2565; ปทุมพร กองสมบัติ, 2567) ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวอาจเกิดจากทัศนคติของผู้บริโภคด้วยเช่นกัน เนื่องจากทัศนคติของผู้บริโภคมีบทบาทต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร โดยผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการลดขยะอาหารและสิ่งแวดล้อมมักมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมการวางแผนการสั่งอาหารและการบริโภคอย่างเหมาะสม ในขณะที่ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายหรือความคุ้มค่าในระยะสั้น อาจแสดงพฤติกรรมที่เพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดขยะอาหารมากขึ้น (ยุภาพร ยุภาศ, 2565)

อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคอาจไม่ได้เป็นไปในทิศทางเดียวกันเสมอไป โดยเฉพาะในบริบทของแพลตฟอร์มขนส่งอาหารออนไลน์ ซึ่งกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคอาจถูกกำหนดโดยปัจจัยเชิงโครงสร้าง เช่น ระบบโปรโมชั่น ความสะดวก ความรวดเร็ว และการออกแบบของแพลตฟอร์ม ส่งผลให้แม้ผู้บริโภคจะมีทัศนคติที่ดีต่อการลดขยะอาหาร แต่ยังคงแสดงพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดขยะอาหารได้ ดังนั้น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์และปัจจัยการเกิดขยะอาหาร จึงมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจกลไกการเกิดขยะอาหารในบริบทปัจจุบัน และนำไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกำหนดกรอบแนวคิดตาม SOBC Framework ซึ่งอธิบายกระบวนการจากสิ่งเร้าทางความคิดและทัศนคติของผู้บริโภค (Stimulus) ที่ส่งผลต่อการตอบสนองเชิงพฤติกรรม (Behavior) และก่อให้เกิดผลลัพธ์จากการบริโภคอาหารในรูปของการเกิดขยะอาหาร (Consequence) กรอบแนวคิดดังกล่าวช่วยอธิบายความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง โดยมีรายละเอียดดังนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัยคือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยคือประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 822,106 คน (สำนักงานแรงงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2567) กลุ่มตัวอย่างกำหนดตามอัตราส่วน 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ การใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตช่วยรองรับความซับซ้อนของโมเดลและเพิ่มความเสถียรของการประมาณค่าใน SEM (Hair, J. F., et al., 2018) ซึ่งในงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 15 ตัวแปร ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงเท่ากับ 300 กลุ่มตัวอย่าง เพื่อเพิ่มข้อมูลผู้วิจัยได้จัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติม 400 คน การสุ่มตัวอย่างของ Etikan, I. เป็นการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) (Etikan, I., 2017) โดยแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่ม 16 กลุ่ม ได้แก่ 1) อำเภอพระนครศรีอยุธยา 68 คน 2) อำเภอท่าเรือ 22 คน 3) อำเภอนครหลวง 18 คน 4) อำเภอบางไทร 23 คน 5) อำเภอบางบาล 16 คน 6) อำเภอบางปะอิน 58 7) อำเภอบางปะหัน 20 คน 8) อำเภอผักไห่ 19 คน 9) อำเภอภาชี 15 คน 10) อำเภอลาดบัวหลวง 19 คน 11) อำเภอวังน้อย 39 คน 12) อำเภอเสนา 32 คน 13) อำเภอบางซ้าย 9 คน 14) อำเภออุทัย 26 คน 15) อำเภอมหาราช 11 คน และ 16) อำเภอบ้านแพรก 4 คน โดยมีระยะเวลาการจัดเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2566-กันยายน 2566

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ชนิด ได้แก่ 1) เครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกข้อมูลในแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administrative Questionnaire) ซึ่งมีทั้งหมด 5 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ ตอนที่ 3 ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่ใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ ตอนที่ 4 ศึกษาปัจจัยที่ส่งต่อการเกิดขยะอาหารผ่านการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ 2) แบบสัมภาษณ์ทัศนคติในอีกมุมมองของผู้ใช้บริการที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ โดยงานวิจัยผ่านการยกเว้นพิจารณาจริยธรรมโครงการวิจัย เลขที่ IRB-RUS-2567-020-V.02

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดย 1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหา (IOC: Index of Item Objective Congruence) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และค่า IOC รวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.78 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ (Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K, 1977; ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ และคณะ, 2566)

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายข้อมูลส่วนบุคคล สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นของตัวแปร และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (Hair, J. F., et al., 2018) เพื่อหาเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร โดยหาขนาดและทิศทางของอิทธิพล ด้วยการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลสมมุติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่าสถิติ Chi-Square/df น้อยกว่า 2.00 ค่า P-value มากกว่า 0.05 ค่า RMSEA, RMR น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 ค่า GFI, AGFI มากกว่าหรือเท่ากับ 0.94

ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 19-30 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ย 20,000 บาทขึ้นไป

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านทัศนคติ พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นทัศนคติที่มีต่อการเกิดขยะอาหารของผู้บริโภคโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ขยะอาหารส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.59, S.D. = 0.68) รองลงมาคือ ขยะอาหารส่วนใหญ่เกิดจากพฤติกรรมการบริโภค เช่น บริโภคไม่หมดหรือสั่งเยอะเกินไป ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. = 0.69) การสั่งอาหารให้พอดีกับความต้องการจะช่วยป้องกันและลดปริมาณขยะอาหารได้ ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.68) ท่านคิดว่าการสั่งอาหารออนไลน์เป็นสาเหตุทำให้เกิดขยะอาหารมากกว่าการออกไปสั่งเองที่ร้าน ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.72) การตรวจสอบอาหารที่ท่านได้รับและการระบุความต้องการ เช่น ไม่ทานผัก จะช่วยลดปริมาณขยะอาหารได้ ($\bar{X}$ = 4.53, S.D. = 0.70) การลดปริมาณขยะอาหารมีความสำคัญอย่างมาก ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.71) และพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหาร เช่น สั่งเยอะเพราะโปรโมชั่น ($\bar{X}$ = 4.49, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

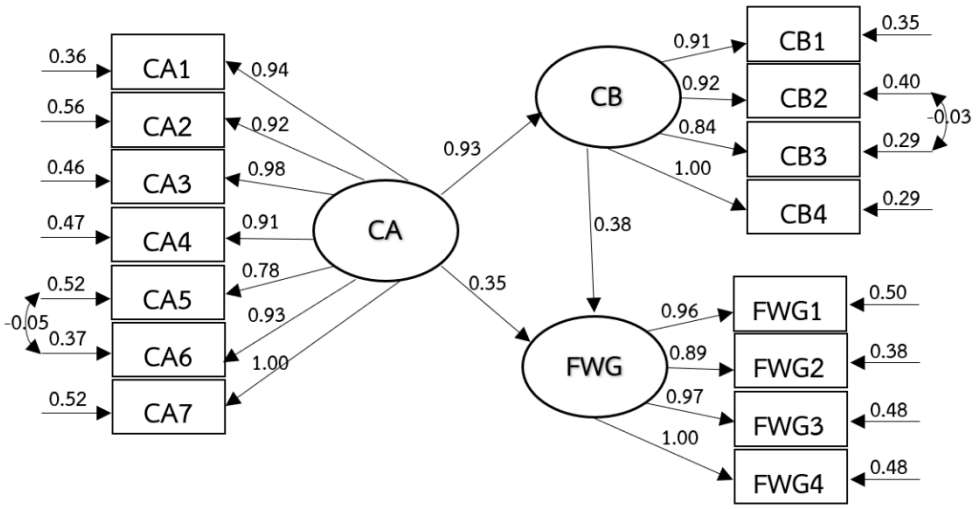
ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการขนส่งอาหาร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีพฤติกรรมที่ปฏิบัติบ่อยครั้ง ($\bar{X}$ = 3.73, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า พฤติกรรมด้านการป้องกันการเกิดขยะอาหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มีพฤติกรรมที่ปฏิบัติบ่อยครั้ง ($\bar{X}$ = 4.02, S.D. = 0.65) รองลงมาคือ พฤติกรรมด้านการบริโภคอาหาร ($\bar{X}$ = 3.73, S.D. = 0.69) พฤติกรรมด้านการเกิดขยะอาหาร ($\bar{X}$ = 0.58, S.D. = 0.73) และพฤติกรรมด้านการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ ($\bar{X}$ = 3.57, S.D. = 0.54)

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งต่อการเกิดขยะอาหารผ่านการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความสำคัญของราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.54, S.D. = 0.66) รองลงมาคือ ความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.47, S.D. = 0.71) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของอาหาร ($\bar{X}$ = 4.46, S.D. = 0.72) และค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต ($\bar{X}$ = 4.44, S.D. = 0.70)

แม้ว่าผลค่าเฉลี่ยของทัศนคติและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับขยะอาหารอยู่ในระดับสูงเกือบทุกมิติ ซึ่งอาจสะท้อนอคติจากการตอบแบบสอบถามตามบรรทัดฐานทางสังคม (Social desirability bias) โดยเฉพาะเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานที่มีรายได้และการเข้าถึงข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมค่อนข้างสูง จึงมีแนวโน้มแสดงทัศนคติที่สอดคล้องกับค่านิยมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมและทัศนคติด้านขยะอาหารอยู่ในระดับสูงตั้งแต่ต้น

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อทดสอบอิทธิพลเชิงโครงสร้างทั้งทางตรงและทางอ้อมของทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า การวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (SEM) มีตัวแปรแฝง 3 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 15 ตัวแปร การแปลผลด้วย jamovi. (Version 2.5) เป็นการยืนยันความสอดคล้องของข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บแบบสอบถามกับโมเดลมีความสอดคล้องและกลมกลืนกันผ่านเกณฑ์การยอมรับ



(Chi-Square: $\chi 2$) = 107.20, df = 85, P-value = 0.052, RMSEA = 0.02,
RMR = 0.01, GFI = 0.99, AGFI = 0.98

แผนภาพที่ 2 แสดงโมเดลปัจจัยการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์

ตารางที่ 1 แสดงค่าสถิติและเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
ค่า Chi-square/df	< 2	1.26	ผ่านเกณฑ์
ค่า P-value	> 0.05	0.052	ผ่านเกณฑ์
ค่า RMSEA	< 0.05	0.025	ผ่านเกณฑ์
ค่า RMR	< 0.05	0.01	ผ่านเกณฑ์
ดัชนี GFI	> 0.94	0.99	ผ่านเกณฑ์
ค่า AGFI	> 0.94	0.98	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าไคสแควร์ (Chi-Square: $\chi 2$) มีค่าเท่ากับ 107.20, ค่า df เท่ากับ 85, มีค่าเท่ากับ 1.26, ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (P-value) เท่ากับ 0.052, ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.025, ค่ามาตรฐานดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.01, ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.99, ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.98

ตารางที่ 2 แสดงค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมที่ส่งผลต่อปัจจัยการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์

Hypothesis	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect	Decision
H_1 ทัศนคติของผู้บริโภคส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์	0.93	-	0.93	Accepted
H_2 พฤติกรรมของผู้บริโภคส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์	0.38	-	0.38	Accepted
H_3 ทัศนคติของผู้บริโภคส่งผลต่อปัจจัยการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์	0.35	0.35	0.70	Accepted

จากตารางที่ 2 พบว่า ยอมรับสมมติฐานทั้งหมด ดังนี้ (H_1) ทัศนคติของผู้บริโภคส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ โดยมีค่าอิทธิพล 0.93 (H_2) พฤติกรรมของผู้บริโภคส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ มีค่าอิทธิพล 0.38 (H_3) ทัศนคติของผู้บริโภคมีอิทธิพลเชิงบวกทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อปัจจัยที่ส่งต่อปัจจัยการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ มีค่าอิทธิพลรวม 0.70 โดยเป็นค่าอิทธิพลทางตรง 0.35 และค่าอิทธิพลทางอ้อม 0.35

ตารางที่ 3 แสดงทัศนคติของผู้ประกอบการร้านอาหารที่ใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์

ประเด็น	สรุปผล
เหตุผลในการใช้บริการ	ส่วนใหญ่เลือกใช้เพราะสะดวกสบาย เพิ่มช่องทาง/ยอดขาย และมีลูกค้าใหม่
ปัญหาที่พบ	ปัญหาหลักคือทำอาหารผิดเมนู ลืมรายการ หรือส่งไม่ครบ
วิธีแก้ปัญหา	เน้นการตรวจสอบออเดอร์ ทวนรายการ ติดต่อหรือเปลี่ยนใหม่ให้ลูกค้า เก็บไว้ทานเอง
ทัศนคติต่อขยะอาหาร	ส่วนใหญ่เห็นว่าส่งผลให้เกิดขยะอาหารเพียงเล็กน้อย ซึ่งส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นจากการทำผิดเมนู

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคด้านทัศนคติ พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของทัศนคติของผู้บริโภคจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด โดยตระหนักว่าขยะอาหารส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมองว่าพฤติกรรมสั่งเกินความจำเป็นหรือบริโภคไม่หมดเป็นสาเหตุสำคัญ ซึ่งหมายถึง ผู้บริโภคยังมีความตระหนักและนึกถึงผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นและผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่ตามมาสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Varese et al., 2024) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าการสั่งอาหารออนไลน์ อาจจะส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมและขยะอาหาร

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมของผู้บริโภคจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใช้บริการได้ง่าย สะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องเดินทางไปเองได้อาหารไวไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง สอดคล้องกับงานวิจัย (กฤษณะ ดาราเรือง และคณะ, 2567)

ในงานวิจัยเรื่องคุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชั่นอาหาร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลาเร่งด่วน โดยปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนถึงความพึงพอใจต่อการบริการที่ช่วยให้ได้รับอาหารอย่างรวดเร็ว

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ ประกอบไปด้วย ความสำคัญของราคา ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของอาหาร และความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม พบว่า มีอิทธิพลต่อการเกิดขยะอาหารมากที่สุดเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ถึงแม้จะทราบว่าขยะอาหารสามารถส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ แต่ยังขาดแรงจูงใจและการรับรู้เกี่ยวกับปัญหาที่เกิดจากขยะอาหารอันเนื่องมาจากผู้บริโภคนั้นให้ความสำคัญกับราคา เมื่อผู้บริโภคเห็นว่ามีราคาถูกหรือมีโปรโมชั่นจึงซื้อมากกว่าปริมาณที่บริโภคปกติเพราะคิดว่าได้อาหารมาในราคาที่คุ้มค่า แต่ยังขาดความรู้ในการจัดการอาหารที่ซื้อมาเกินความจำเป็น จึงทำให้อาหารเหล่านั้นเน่าเสียหรือปล่อยทิ้งให้กลายเป็นขยะอาหาร ซึ่งการเกิดขยะอาหารส่วนใหญ่เหล่านี้มักมาจากค่านิยมและรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่เน้นไปที่ความสะดวกรวดเร็ว ทำให้การทิ้งง่ายกว่าการจัดการดีอาจจะส่งผลดีกว่า ในการช่วยลดหรือป้องกันการเกิดขยะอาหารได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพล ชุนประสาน และคณะ (2566) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหาร พบว่า ความสำคัญของราคา พฤติกรรมในการซื้ออาหาร พฤติกรรมการป้องกัน พฤติกรรมรีไซเคิล ค่านิยมวัตถุ เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดขยะอาหารได้

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการทดสอบอิทธิพลเชิงโครงสร้างทั้งทางตรงและทางอ้อมของทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าทัศนคติของผู้บริโภคมีอิทธิพลทางตรงสูงมากต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ แสดงว่าผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการลดขยะอาหารมักจะแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้อง เช่น การเลือกสั่งอาหารอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ Jia, Zhang & Qiao, (2022) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเกิดขยะอาหารจากการสั่งอาหารออนไลน์ พบว่า ทัศนคติ (Attitude), บรรทัดฐานทางสังคม, การควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้ และความใส่ใจราคา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อเจตนาลดขยะอาหาร ซึ่งเจตนานี้ช่วยลดพฤติกรรมขยะอาหารจริง ๆ ในทางตรงกันข้าม การสั่งอาหารเกิน (Over-ordering) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดขยะมากขึ้นสรุปได้ว่า ผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการลดขยะอาหาร มักเลือกสั่งอาหารอย่างเหมาะสมและลดการเหลือทิ้ง และสอดคล้องกับ (Kristia, K., et al., 2023) ที่พบว่า ความรู้และบรรทัดฐานทางสังคมมีบทบาทสำคัญในการสร้างเจตนาลดขยะอาหารของผู้บริโภค แต่ในทางกลับกันโปรโมชั่นและแรงจูงใจด้านราคา เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ขยะอาหารเพิ่มขึ้น แม้ผู้บริโภคจะมีทัศนคติที่ดีก็ตาม ซึ่งระบุได้ว่าทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมไม่สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมได้เสมอไป หากกระบวนการตัดสินใจถูกครอบงำด้วยปัจจัยเชิงสถานการณ์ เช่น ความสะดวก ความเร่งรีบ และแรงจูงใจทางเศรษฐศาสตร์ (Vermeir & Verbeke, 2006; White, Habib & Hardisty, 2019) ในบริบทของแพลตฟอร์มขนส่งอาหารออนไลน์ ที่เอื้อต่อการตัดสินใจแบบฉับพลันมากกว่าการพิจารณาอย่างรอบคอบ (Islam et al., 2024) ซึ่งเป็นช่องว่างที่ก่อให้เกิดขยะอาหารได้

สำหรับพฤติกรรมของผู้บริโภค ส่งผลต่อปัจจัยการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ (ค่าอิทธิพลทางตรง 0.38) แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการสั่งซื้อ การบริโภค และการจัดเก็บอาหารมีบทบาทสำคัญต่อปริมาณขยะอาหาร สอดคล้องกับ Liu, C., et al., (2021) ที่ศึกษา

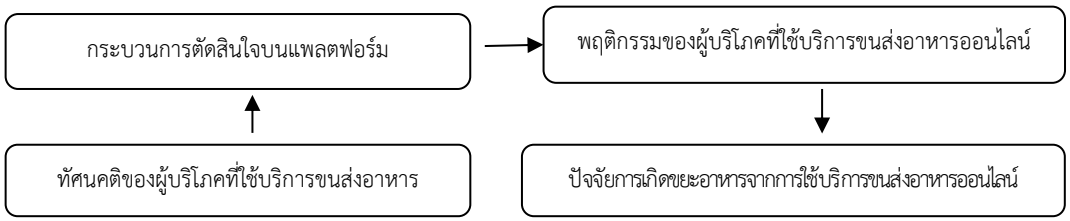
พฤติกรรมการสั่งอาหารออนไลน์ของคนทำงานในเขตกรุงเทพฯ พบว่าพฤติกรรมการวางแผนและการควบคุมปริมาณสั่งอาหารสามารถลดความถี่ในการเกิดของเหลือทิ้งได้ และยังสอดคล้องกับ (Islam et al., 2024) ที่ระบุว่าพฤติกรรมการสั่งอาหารแบบเร่งด่วน (Impulse buying) และการใช้โปรโมชั่นเป็นปัจจัยสำคัญที่เพิ่มปริมาณขยะอาหารในระบบ OFD และชี้ว่าการวางแผนล่วงหน้าสามารถลดปัญหานี้ได้อย่างมีนัยสำคัญ

ผลการวิจัย พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคมีอิทธิพลทั้งทางตรง (0.35) และทางอ้อม (0.35) ต่อปัจจัยที่ส่งต่อการเกิดขยะอาหาร รวมค่าอิทธิพลรวม 0.70 พบว่า ทัศนคติที่ดีจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมลดขยะอาหาร และทำให้ปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดขยะลดลง สอดคล้องกับ Li et al., (2024) ที่ระบุว่าทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมที่แข็งแรงสามารถลดปัจจัยเสี่ยงต่อการเกิดขยะอาหารได้ ทั้งในรูปแบบการเลือกเมนูที่เหมาะสม ปริมาณที่พอดีและการใช้คำสั่งพิเศษ เช่น ไม่ใส่ผักหรือไม่รับช้อนส้อม สอดคล้องกับ Shankar et al., (2022) ที่ศึกษาในยุโรป พบว่า ทัศนคติที่เอื้อต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมช่วยลดการสร้างขยะอาหารโดยตรง และผ่านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสั่งซื้ออย่างมีสติ (Mindful ordering)

ผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารเลือกใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์เพราะสะดวกและช่วยเพิ่มยอดขาย แม้จะพบปัญหา เช่น ทำเมนูผิดหรือลืมออเดอร์ แต่สามารถแก้ไขได้ด้วยการตรวจสอบและทวนรายการก่อนส่ง ขยะอาหารที่เกิดขึ้นมีเพียงเล็กน้อย ส่วนใหญ่เกิดจากความผิดพลาดในการทำอาหาร ซึ่งสะท้อนว่าการบริการขนส่งมีผลต่อขยะอาหารแต่ไม่มากนัก สอดคล้องกับ (Shankar et al., 2022) ที่ศึกษาด้านขยะอาหารและความยั่งยืนพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มักจะเลือกหาความสะดวกสบายมากกว่าการคำนึงถึงการเกิดขยะอาหารเนื่องมีความคิดว่าสามารถจัดการกับอาหารที่ผิดพลาดได้ แต่ถ้าหากจัดการได้ไม่ดีก็จะกลายเป็นขยะในที่สุด

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากแผนภาพที่ 3 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย ชี้ให้เห็นว่า การเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ไม่ได้เกิดจากทัศนคติของผู้บริโภคโดยตรง แต่ถูกส่งผ่านกระบวนการตัดสินใจบนแพลตฟอร์ม ซึ่งกำหนดพฤติกรรมการใช้บริการภายใต้ข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง ได้แก่ ราคา ความสะดวก และการออกแบบระบบของแพลตฟอร์ม โดยพฤติกรรมการใช้บริการทำหน้าที่เป็นกลไกสื่อกลางเชิงโครงสร้างในการอธิบายช่องว่างระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัล

สรุป

ผู้ใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์มีทัศนคติในระดับสูงและตระหนักถึงผลกระทบของการเกิดขยะอาหารต่อสิ่งแวดล้อม แต่พฤติกรรมการใช้บริการยังคงให้ความสำคัญกับความสะดวกและราคา ส่งผลให้ปัจจัยการเกิดขยะอาหารอยู่ในระดับสูง ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างชี้ให้เห็นว่า ทัศนคติของผู้บริโภคมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ และส่งผลต่อการเกิดขยะอาหารทั้งทางตรงและทางอ้อม ขณะที่พฤติกรรมการใช้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการเกิดขยะอาหาร ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการลดปัญหาขยะอาหารจากบริการขนส่งอาหารออนไลน์จำเป็นต้องมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคควบคู่กัน เพื่อส่งเสริมการบริโภคอย่างเหมาะสมและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากแรงจูงใจด้านราคา และความต้องการความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เป็นผลโดยตรงจากค่านิยมและการใช้ชีวิตส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์แบบเกินความจำเป็นในปริมาณที่ไม่เหมาะสม ถึงแม้ว่าผู้บริโภคยังมีความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อม แต่ก็ยังพบว่า ราคาและความสะดวกสบายก็เป็นสิ่งที่ผู้ยริโภคคำนึงถึงเป็นอันดับแรก ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารออนไลน์ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ด้านผู้บริโภคควรมีการวางแผนการสั่งอาหารอย่างเหมาะสม ศึกษาข้อมูลร้านอาหารก่อนตัดสินใจ เช่น รีวิว ภาพอาหารจริง และปริมาณอาหาร เพื่อลดความคลาดเคลื่อนระหว่างความคาดหวังกับสินค้าที่ได้รับ และลดการสั่งเกินความจำเป็น งานวิจัยในอนาคตควรศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคภายใต้แรงจูงใจด้านราคาและโปรโมชั่นที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหาร

1.2 แพลตฟอร์มขนส่งอาหารควรออกแบบระบบที่สนับสนุนการลดขยะอาหาร เช่น การแสดงภาพอาหารจริง การกำหนดขนาดอาหารหลายระดับ การแจ้งข้อมูลปริมาณอาหารอย่างชัดเจน และการปรับโครงสร้างโปรโมชั่นไม่ให้กระตุ้นการสั่งเกินความจำเป็น ควรมีการศึกษาประสิทธิผลของกลไกเชิงระบบ (Platform design) ที่สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคได้ในวงกว้าง

1.3 ด้านภาครัฐควรกำหนดแนวทางหรือมาตรการเชิงนโยบายร่วมกับแพลตฟอร์มและร้านอาหาร เช่น มาตรฐานข้อมูลอาหาร การส่งเสริมการแยกขยะอาหาร และระบบนำขยะอาหารกลับมาใช้ประโยชน์ งานวิจัยต่อไปควรศึกษาความเป็นไปได้และผลกระทบของนโยบายเหล่านี้ต่อการลดขยะอาหารในระดับมหภาค

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหารจากการใช้บริการขนส่งอาหารในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยดังนี้

2.1 ควรขยายตัวแปรอธิบายเพิ่มเติม เช่น วิถีชีวิต ความรู้และความตระหนักด้านขยะอาหาร รวมถึงแรงจูงใจด้านราคาและโปรโมชั่น เพื่ออธิบายกลไกการเกิดขยะอาหารได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น

2.2 ควรขยายพื้นที่ศึกษาไปยังบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่หลากหลาย และเปรียบเทียบรูปแบบการบริโภคอาหารที่แตกต่างกัน เช่น การบริโภคที่ร้าน การสั่งอาหารออนไลน์ และการปรุงอาหารเอง เพื่อเพิ่มความสามารถในการอ้างอิงผลการวิจัยในระดับมหภาค

2.3 ควรศึกษาการออกแบบแพลตฟอร์มและมาตรการเชิงนโยบาย เช่น การแสดงข้อมูลอาหาร การกำหนดขนาดอาหาร และระบบแรงจูงใจทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อประเมินศักยภาพของการออกแบบเชิงโครงสร้างในการลดการเกิดขยะอาหารอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กานต์มณี อึ้งประสพสุข และคณะ (2567). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 11(2), 26–37. https://doi.nrct.go.th/admin/doc/doc_660433.pdf

กฤษณะ ดาราเรือง และคณะ. (2567). คุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชั่นอาหาร ในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 7(3) 131-140. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/assr/article/view/276927/183543

ณัฐพล ชุนประสาน และคณะ (2566). พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเกิดขยะอาหาร ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. *วารสารรามคำแหง ฉบับบัณฑิตวิทยาลัย*, 6(2), 57-69. http://www.rujogs.ru.ac.th/journals/17_1693458513.pdf

ดวงตา อ่อนเวียง. (2565). พฤติกรรมผู้บริโภคและความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 7(2), 810–820. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/257739

ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ และคณะ. (2566). คุณภาพชีวิตและความมั่นคงในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานยุคโควิด-19 ของผู้มีงานทำในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ, 5(2), 433-447. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/269221

ปทุมพร กองสมบัติ. (2567). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการทำให้เกิดขยะอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น. *วารสารแก่นเกษตร*,52(1), 22-36. https://li01.tci-thaijo.org/index.php/agkasetkaj/article/view/259130/177941

ยุภาพร ยุภาศ. (2565). ทัศนคติที่เกี่ยวกับสิทธิหน้าที่ในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินงานขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นของประชาชนในจังหวัดมหาสารคาม. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 2(4), 635–650. https://doi.org/10.14456/iarj.2022.80

สำนักงานแรงงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2567). รายงานสถานการณ์ด้านแรงงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยารายปี 2567. https://www.mol.go.th/wp-content/uploads/sites/2/2024/05/info-1.pdf

Ababou, M. (2024). STRUCTURAL EQUATION MODELING OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IMPACT ON FIRM PERFORMANCE. https://www.researchgate.net/publication/ 350350913_ Sustainability _assessment_with_structural_equation_modeling_in_fresh_food_supply_chain_management

Etikan, I. (2017). Sampling and sampling methods. Biometrics & Biostatistics International Journal, 5(6), 215–217. https://doi.org/10.15406/bbij.2017.05.00149.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2018). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.). SAGE Publications. https://www.researchgate.net/publication/354331182_A_Primer_on_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling_PLS-SEM

Islam, S. A., et al. (2024). Do food delivery apps influence food waste generation? A stimulus-organism-behavior-consequence (SOBC) exploration. British Food Journal, 126(2), 879–897. https://www.emerald.com/bfj/article/126/2/879/1227354/Do-food-delivery-apps-influence-food-waste

Jia, L., et al. (2022). Consumer-related antecedents of waste behavior in online food ordering: A study among young adults in China. Foods, 11(19), https://doi.org/10.3390/ foods11193098.

Jones-Garcia, E., et al. (2022). Consumer behaviour and food waste: Understanding and mitigating waste with a technology probe. Foods, 11(14). https://doi.org/ 10.3390/foods11142048

Kristia, K., et al. (2023). Food delivery platform and food waste: Deciphering the role of promotions, knowledge, and subjective norms among Indonesian Generation Z. Cleaner and Responsible Consumption, 11. https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100152

Li, C., et al. (2024). What influences consumer food waste behaviour when ordering food online? An application of the extended theory of planned behaviour. Cogent Food & Agriculture, 10(1), 1-14. https://doi.org/10.1080/23311932.2024.2330728

Liu, C., et al. (2021). Impact of COVID-19 on food and plastic waste generated by consumers in Bangkok. Sustainability, 13(16). https://doi.org/10.3390/su13168988

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. Tijdschrift voor Onderwijs Research, 2(2), 49–60. https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2474710

Sharma, R., et al. (2021). Over-ordering and food waste: The use of food delivery apps during a pandemic. International Journal of Hospitality Management, 96, 1-13. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102977

Shankar, A., et al. (2022). Balancing food waste and sustainability goals in online food delivery: Towards a comprehensive conceptual framework. Technovation, 117, 1-12. https://doi.org/ 10.1016/j.technovation.2022.102606

Urugo, M. M., et al. (2024). A comprehensive review of current approaches on food waste reduction strategies. Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety, 23(5). https://doi.org/10.1111/1541-4337.70011

Varese, E., et al. (2024). Online food delivery habits and its environmental impact during the COVID-19 pandemic: An Italian and Polish study. British Food Journal, 126(1), 191–204. https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2023-0255

Vermeir, I., & Verbeke, W. (2006). Sustainable food consumption: Exploring the consumer attitude–behavioral intention gap. Journal of Agricultural and Environmental Ethics, 19(2), 169–194. https://doi.org/10.1007/s10806-005-5485-3

White, K., Habib, R., & Hardisty, D. J. (2019). How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework. Journal of Marketing, 83(3), 22–49. https://doi.org/10.1177/0022242919825649

การสืบทอดและการอนุรักษ์ขนมบดินในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ชุมชนมัสยิดสวนพลู

TRANMISSION AND PRESERVATION OF KHANOM BODIN AS INTANGIBLE CULTURAL HERITAGE OF THE SUAN PHLU MOSQUE COMMUNITY

อนุพล แก้วยา* และจุฑามาศ พีรพัชระ
Anupol Kaewya* and Chutamas Peeraphatchara
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon
*Corresponding Author E-mail: Anupol-k@rmutp.ac.th
Received December 17, 2025; **Revised** February 25, 2026; **Accepted** February 27, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทชุมชนมัสยิดสวนพลูในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม 2) วิเคราะห์การสืบทอดและการอนุรักษ์ขนมบดินในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชนมัสยิดสวนพลู ผู้ทรงคุณวุฒิด้านพื้นที่และภูมิปัญญาขนมบดิน และเจ้าของกิจการขนมบดิน รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากแนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิเคราะห์แก่นสาระและตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล ผลการวิจัย พบว่า 1) ชุมชนมัสยิดสวนพลูในอดีตเป็นพื้นที่ปลูกพลูจำนวนมากจึงเป็นที่มาของชื่อสวนพลูจนถึงทุกวันนี้ มีสถานที่สำคัญคือมัสยิดสวนพลูสำหรับการประกอบพิธีทางศาสนา วัฒนธรรมอาหารที่สัมพันธ์กับขนมบดินอยู่ในช่วงเดือนรอมฎอนหรืองานแต่งงาน โดยเป็นขนมดั้งเดิมและมีถิ่นกำเนิดในชุมชน นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งขึ้นชื่อของอาหารมุสลิม ได้แก่ ข้าวหมกไก่ มัสมั่น 2) การสืบทอดและอนุรักษ์ขนมบดิน พบว่า การเรียนรู้ภูมิปัญญาสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น แต่ปัจจุบันเหลือไม่กี่ครัวเรือนที่ทำได้ มีการประยุกต์โดยเปลี่ยนแปลงส่วนผสมและวิธีทำเพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัย โดยถ่ายทอดภูมิปัญญาแก่คนในครอบครัวและเผยแพร่สูตรเพียงเล็กน้อย การอนุรักษ์ภูมิปัญญาเป็นความท้าทายเนื่องจากคนรุ่นใหม่ให้ความนิยมบริโภคน้อยลง คุณค่าทางวัฒนธรรมของขนมบดินเน้นบทบาททางศาสนาและสังคมในชุมชนนี้มายาวนาน และอาชีพการทำขนมบดินเป็นธุรกิจตามฤดูกาล โดยมียอดขายสูงขึ้นในช่วงเทศกาลสำคัญ งานวิจัยมีข้อเสนอแนะให้จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ภูมิปัญญา สร้างความตระหนักรู้และความสำคัญของภูมิปัญญาขนมบดินในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

คำสำคัญ: การสืบทอดภูมิปัญญา, การอนุรักษ์, ขนมบดิน, มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม, ชุมชนมัสยิดสวนพลู

Abstract

This qualitative study employed a phenomenological approach to investigate the communal context of the Suan Phlu Mosque and analyzed the transmission and preservation of Khanom Bodin (a traditional Thai-Muslim dessert) as intangible cultural

heritage. Data were elicited from selected ten purposive key informants—comprising community leaders, local experts, and artisanal practitioners—through semi-structured in-depth interviews, followed by thematic analysis and data triangulation. The findings revealed that the Suan Phlu Mosque community, historically defined by its betel nut plantations, maintained a distinct socio - cultural identity through its traditional Muslim gastronomy, particularly Khanom Bodin, which was intrinsically linked to Ramadan and matrimonial ceremonies. Regarding its continuity, while the culinary wisdom was traditionally inherited within families, the practice had contracted to a few households that adapted ingredients and techniques to contemporary demands. Despite its economic significance as a seasonal enterprise during religious festivals, the remaining of Khanom Bodin faced challenges from shifting consumption patterns among the younger generation. Consequently, the study emphasized the profoundly socio-religious value of this heritage followed by underscored the necessity of fostering public awareness and systematic knowledgeable transferability to ensure its long-term cultural sustainability.

Keywords: Wisdom Succession, Conservation, Khanom Bodin, Culinary Heritage, Transmission of Cultural Knowledge, Suan Phlu Mosque Community

บทนำ

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเป็นความรู้ การแสดงออก การปฏิบัติหรือทักษะทางวัฒนธรรมที่แสดงออกผ่านบุคคล เครื่องมือ หรือวัตถุ ซึ่งบุคคลหรือชุมชนยอมรับและรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งโดยอาจปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองสภาพแวดล้อมและถ่ายทอดวัฒนธรรมที่มีความหมายผูกพันจากอดีตสู่ปัจจุบัน แสดงออกถึงความเข้าใจในภูมิปัญญาของคนไทยที่สามารถคิดค้นสิ่งที่เป็นระเบียบแบบแผน มีรูปแบบที่ยอมรับเพื่อเอื้อต่อการดำรงชีวิตร่วมกันในสังคมนั้น (พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ. 2559, 2559) ผลงานภูมิปัญญาไทยจะปรากฏคุณค่าเด่นชัดและน่าหวงแหนเมื่อได้ประจักษ์ชัดถึงความสัมพันธ์ที่สอดคล้องระหว่างศิลปวัฒนธรรมประเพณี สภาพความเป็นอยู่วิถีชีวิตของคนในสังคมแต่ละยุคสมัย (ธนวิทย์ ลายิ้ม, 2566)

วิสาหกิจชุมชนบ้านขนมบดิน ชุมชนมัสยิดสวนพลู แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนความเข้มแข็งของชุมชน ทำและจำหน่ายขนมบดินจากการสืบทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น ขนมบดินมีรสชาติและเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่เดิมนั้นจะทำสำหรับรับประทานในโอกาสพิเศษและเทศกาลใหญ่ของชาวมุสลิม ปัจจุบันเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายเพื่อสร้างอาชีพ และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน (อับดุร์ หมานรุน และคณะ, 2566) นับเป็นการปรับเปลี่ยนการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาสู่การสร้างรายได้ของชุมชน ซึ่งมักพบการเปลี่ยนแปลงลักษณะนี้ในชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ หรืออาจเป็นการรวมตัวของสมาชิกเฉพาะกลุ่มในชุมชนเพื่อการพึ่งพาตนเอง

อย่างไรก็ตาม จากการลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้น พบว่า การถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำขนมบดินของชุมชนมัสยิดสวนพลูยังจำกัดอยู่ภายในครัวเรือน และได้รับความนิยมน้อยในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (ฮานีฟา ฮานาฟี, 31 ตุลาคม 2568, การสื่อสารส่วนบุคคล) แม้จะมีการสืบทอดองค์ความรู้ภายในครอบครัว แต่ยังขาดการบันทึกอย่างเป็นระบบและการถ่ายทอดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภูมิปัญญาดังกล่าวอยู่ในภาวะเปราะบางและมีความเสี่ยงต่อการเลือนหายภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสังคม จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีการศึกษาเรื่องขนมบดินโดยมุ่งเน้นข้อมูลทางการตลาด แต่ไม่ครอบคลุมภูมิปัญญา ในกรอบแนวคิดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ขนมบดินจึงเป็นมรดกภูมิปัญญาที่ต้องอาศัยการสืบทอดและการอนุรักษ์ผ่านการรวบรวม วิเคราะห์ และเผยแพร่องค์ความรู้ บทความวิจัยนี้จึงนำเสนอการสืบทอดและการอนุรักษ์ขนมบดินในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชนมัสยิดสวนพลู โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยาที่มุ่งทำความเข้าใจประสบการณ์ในชีวิตผ่านการเล่าเรื่องของสมาชิกชุมชนมัสยิดสวนพลู เพื่อสร้างการรับรู้และธำรงรักษาอัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชนให้คงอยู่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนมัสยิดสวนพลูในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม
2. เพื่อวิเคราะห์การสืบทอดและการอนุรักษ์ขนมบดินในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

การทบทวนวรรณกรรม

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเป็นรากเหง้าและสิ่งสะท้อนตัวตนของผู้คนแต่ละชาติพันธุ์ ก่อเกิดความเจริญรุ่งเรืองและอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ในมิติเชิงมูลค่าทางเศรษฐกิจ ถือเป็นทรัพยากรที่ต่อยอดให้เกิดการสร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน จึงเป็นทรัพย์สมบัติจากบรรพชนที่รอการนำกลับมาใช้ ยิ่งนานวันยิ่งมีคุณค่ามีมูลค่าและยิ่งใช้ยิ่งเกิดประโยชน์ แต่ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขความเหมาะสมกับบริบทสังคม (สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2567) การอนุรักษ์จึงสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์และก่อให้เกิดความผูกพันในชาติ สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักชาติ เป็นสิ่งสำคัญในการคงอยู่ของชาติ โดยการสะสม ศึกษา พัฒนา และสืบทอดให้คงอยู่ (ภาควิชาการอาชีวศึกษาและพัฒนาสังคม คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2568)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการสืบทอด

ราชบัณฑิตยสถาน (2556) กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นความรอบรู้ของชาวบ้านที่สั่งสมประสบการณ์ต่อกันมาจากการเรียนรู้ด้วยตนเองหรือจากพื้นความรู้ความสามารถผ่านกระบวนการคิดโดยใช้สติปัญญาของคนในท้องถิ่น ถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ดังนั้น จึงสามารถนำไปใช้แก้ปัญหาและเป็นแนวทางการดำรงชีวิตให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลง และจรรโลงชีวิตของตนเองและชุมชนให้มีความสุข ส่วนภูมิปัญญาอาหารเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ผ่านกระบวนการเรียนรู้ พัฒนา ปรับเปลี่ยน ผสมผสานการทำอาหารจากแหล่งเดิมกับถิ่นฐานใหม่ และการสืบทอดต่อให้ทายาท (ณิชมน ภมร และพัชรี ตันติวิภาวิน, 2563) โดยการสืบทอดภูมิปัญญา

ครอบคลุมกระบวนการของการสาธิต การบอกเล่า การปฏิบัติ และการเรียนรู้ (ฐิติวัฒน์ เพชรถิรสวัสดิ์, 2566)

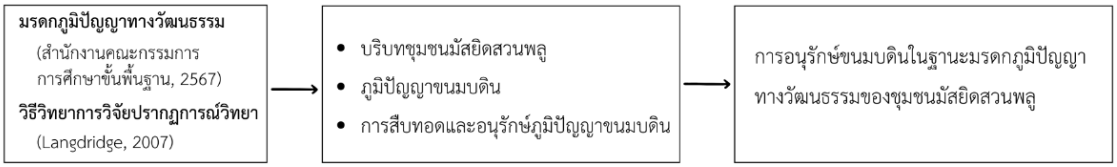
ชุมชนมัสยิดสวนพลูและข้อมูลขนมบดิน

ชุมชนมัสยิดสวนพลูตั้งอยู่ในพื้นที่ย่านตลาดพลู มีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่สมัยอยุธยา ธนบุรี และรัตนโกสินทร์ มีความหลากหลายของวัฒนธรรมไทย จีน มอญ มุสลิม และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ จึงมีต้นทุนทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งบ่งชี้ความยั่งยืนของการพัฒนา (สรณา อนุสรณ์ทรางกูร และคณะ, 2568) โดยตลาดพลูเป็นย่านชุมชุนติดกับส่วนตลาด มีหลักฐานการอพยพมาตั้งบ้านเรือนของกลุ่มชนต่าง ๆ และมีศาสนสถานสำคัญคือมัสยิดสวนพลู (ชาดา เตรียมวิทยา, 2565) ส่วนขนมบดินมีลักษณะคล้ายบัตเตอร์เค้ก จุดเด่นอยู่ที่เนื้อขนม รสชาติหอมหวานมันจากนมเนยต่างจากเค้กทั่วไป แรกเริ่มทำออกมาเพื่อรับประทานในงานต่าง ๆ ของชาวมุสลิม (อับดุร์ หมานรุน และคณะ, 2566)

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเป็นองค์ความรู้และอัตลักษณ์ที่สั่งสมจากประสบการณ์ของผู้คนในชุมชน แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ สามารถต่อยอดสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงเป็นความรู้ที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นผ่านการเรียนรู้และการปฏิบัติจริง และภูมิปัญญาอาหารเกิดจากการปรับตัวของวัตถุดิบและวัฒนธรรมการบริโภคในแต่ละพื้นที่ มีกระบวนการสืบทอดผ่านการสาธิต บอกเล่า ลงมือปฏิบัติ และเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้มรดกภูมิปัญญาดำรงอยู่

กรอบแนวคิดการวิจัย

กำหนดขึ้นจากแนวคิดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2567) วิธีวิทยาปรากฏการณ์วิทยา (Langdridge, 2007) โดยขนมบดินเป็นความรู้และการปฏิบัติถ่ายทอดผ่านบริบทสังคมและวัฒนธรรมชุมชนมัสยิดสวนพลูส่งผลต่อการสืบทอดและอนุรักษ์ขนมบดินในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ตามแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ผ่านการประเมินจริยธรรมในมนุษย์จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามหมายเลขหนังสือรับรอง IRB-COA-005-2026 เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยามุ่งทำความเข้าใจปรากฏการณ์ในชีวิตมนุษย์ (Langdridge, 2007) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์บริบท การสืบทอด และการอนุรักษ์ขนมบดินในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม มีวิธีดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คน ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชน 1 คน มีประสบการณ์การทำงานในชุมชนไม่น้อยกว่า 5 ปี 2) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านภูมิปัญญา 5 คน มีประสบการณ์เชิงพื้นที่และภูมิปัญญาขนมบดิน โดยทำงานร่วมกับชุมชนไม่น้อยกว่า 2 ปี และ 3) เจ้าของกิจการขนมบดิน 4 คน มีระยะเวลาการประกอบกิจการไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยเลือกแบบเจาะจง ซึ่งตัวอย่างการวิจัยปรากฏการณ์วิทยา

ใช้การเลือกแบบเจาะจงเพื่อหาบุคคลที่มีประสบการณ์จริงตามวัตถุประสงค์การศึกษา (ชาย โพธิสิตา, 2564)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแนวคำถามแบบกึ่งโครงสร้างตามวัตถุประสงค์การวิจัย และเน้นประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับขนมบดินเป็นหลัก โดยใช้แนวคำถามจากประสบการณ์ใกล้ตัวและสอดคล้องกับวิถีชีวิต แบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 บริบทชุมชนมัสยิดสวนพลู ได้แก่ ความเป็นมา วัฒนธรรมชุมชน สถานที่สำคัญ ปราชญ์ชุมชน และภูมิปัญญาด้านอาหาร ตอนที่ 2 ภูมิปัญญาขนมบดิน ได้แก่ การเรียนรู้ ประยุกต์ ถ่ายทอด อนุรักษ์ คุณค่าทางวัฒนธรรม และเศรษฐกิจในครัวเรือน ตรวจสอบความเหมาะสมด้านเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านชุมชน ภูมิปัญญาอาหาร และสังคมวิทยา 3 คน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่เป็นทางการ ให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามแบบอิสระ ผู้วิจัยมีหน้าที่รับฟังข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลเป็นหลัก รวบรวมประเด็นสำคัญ ใช้การสื่อสารตรงประเด็นและตรงเป้าหมาย สร้างสัมพันธภาพที่ดีโดยตอบสนองต่อสิ่งที่รับฟังอย่างตั้งใจ ตั้งคำถามที่เข้าใจง่าย และแสดงความเห็นอกเห็นใจต่อผู้ให้สัมภาษณ์พอสมควรในจังหวะเวลาที่เหมาะสม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบสามเส้า และจริยธรรมการวิจัย โดยวิเคราะห์แก่นสาระ 6 ขั้นตอนคือ ทำความคุ้นเคยกับข้อมูล ทำให้เกิดข้อมูลเบื้องต้น ค้นหาแก่นสาระ ตรวจสอบซ้ำ ระบุและตั้งชื่อแก่นสาระ และรายงาน (Thompson, 2022) ตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละรายในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เพื่อใช้ในการพิจารณาตีความการศึกษา (นันทะ บุตรน้อย และคณะ, 2567) และดำเนินตามหลักจริยธรรมการวิจัย โดยปกป้องความเป็นส่วนตัวด้วยการขออนุญาตก่อนบันทึกเสียง บันทึกภาพ จดบันทึก ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถปฏิเสธการบันทึกได้ตลอดระยะเวลาการสัมภาษณ์ และใช้ข้อมูลที่ได้เฉพาะในเชิงวิชาการเท่านั้น ทั้งนี้ มีการอ้างอิงผู้ให้ข้อมูลหลักโดยกำหนดรหัส CL1, EX1–EX5 และ BO1–BO4 และประโยคคำพูดในขั้นตอนนำเสนอผลการวิจัย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ข้อมูลบริบทชุมชนมัสยิดสวนพลู ประกอบด้วย 5 แก่นสาระ ได้แก่ แก่นสาระความเป็นมาของชุมชน วัฒนธรรมชุมชน สถานที่สำคัญ ปราชญ์ชุมชน และภูมิปัญญาด้านอาหาร

บริบทด้านความเป็นมาของชุมชนมัสยิดสวนพลู ตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“เดิมที คนที่มาส่วนใหญ่มาจากใต้ แต่ก่อนพระเจ้ากรุงธนบุรีกำหนดให้คนอยู่กระจายตัว จากใต้ขึ้นมาเชื้อจริงมาจากมลายู จากสี่แยกบ้านแขก ก็คือมาด้วยกัน กุฎีขาว และต้นสน ฝั่งธนบุรีก็ไล่ ๆ กันมาบ้านครัว มาจากมลายู มาทำสวน ทำสวนพลู ยายของแม่เด็ดใบชะพลูไปขายที่ตลาดพลู” (PC1)

“มีย้ายออกเพราะไม่ได้ทำเกษตรแล้ว ทางการห้ามกินหมาก โค่นต้นพลู สร้างเป็นบ้านอยู่อาศัย รองรับคนที่เพิ่มขึ้น คนในย้ายออก คนจีนคนมุสลิมย้ายเข้า แต่คนดั้งเดิมยังอยู่ตามชุมชนซอยโรงเจ” (EX4)

ความเป็นมาของชุมชนมัสยิดสวนพลู เกิดขึ้นจากการเคลื่อนย้ายประชากรเข้ามาตั้งถิ่นฐานในช่วงรัชสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชและพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช มีจุดประสงค์ควบคุมและกระจายอำนาจกลุ่มชนในภาคใต้ และเสริมแรงงานในเขตราชธานีที่ขยายตัว การตั้งถิ่นฐานเชื่อมโยงสังคมและศาสนากับชุมชนมุสลิมดั้งเดิมในพื้นที่ใกล้เคียง เศรษฐกิจชุมชนสร้างขึ้นจากการปลูกพลูเป็นที่มาของชื่อ สวนพลู ความอุดมสมบูรณ์ทำให้พลูที่ปลูกมีคุณภาพสูง

กลายเป็นสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเชิงพาณิชย์ อย่างไรก็ตาม ชุมชนได้เผชิญกับการเปลี่ยนทางสังคมและเศรษฐกิจ เนื่องจากความต้องการบริโภคหมากพลูลดลง ประกอบกับการพัฒนาทางการศึกษา คนรุ่นใหม่เปลี่ยนไปประกอบอาชีพใหม่ ๆ แทนการสืบทอดการเกษตร นำไปสู่การยุติบทบาทการทำสวนพลูและแปลงสภาพพื้นที่เกษตรกรรมเป็นที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับการขยายเมือง เป็นความสามารถในการพัฒนาของชุมชนที่เปลี่ยนผ่านจากชุมชนเกษตรกรรมดั้งเดิมสู่การเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างเมืองสมัยใหม่

บริบทด้านวัฒนธรรมอาหารชุมชนมัสยิดสวนพลู เรื่องขนมบดินจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“สวนพลูจะเน้นขนมบดิน อาหารอื่น ๆ พอเวลาที่นี่มีจัดงาน จะมีออกร้านจำหน่ายอาหาร คนก็จะมากันเพราะว่าที่นี่มีชื่อเสียงเรื่องเมนูอาหารที่อร่อยและราคาไม่แพง” (EX2)

“ขนมบดินจะทำในเทศกาลอย่างวันประสูติพระเจ้าเขาก็จะทำ แล้วก็วันแต่งงาน แต่เป็นบางที่นะ บางที่เจ้าภาพไม่ค่อยมีตังค์เขาก็ไม่ทำ ไม่ใช่เป็นขนมมงคล แต่เป็นขนมของคนมีตังค์ ต้นทุนมันสูง” (BO1)

วัฒนธรรมอาหารเกิดขึ้นทุก ๆ เดือนรอมฎอน ซึ่งเป็นช่วงเวลาการถือศีลอด มีการจัดกิจกรรมการจัดเลี้ยงอาหารเพื่อแบ่งปัน และการตั้งตลาดนัดอาหารบริเวณทางรถไฟซึ่งดึงดูดผู้คนให้เข้ามาในพื้นที่ เมื่อจัดงานเฉลิมฉลองมักมีการออกร้านจำหน่ายอาหาร เพื่อใช้ชื่อเสียงด้านความอร่อยและราคาไม่แพงดึงดูดผู้เข้าร่วมงาน ขนมบดิน ถือเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่มีชื่อเสียงโด่งดังจนยากที่ชุมชนอื่นจะเลียนแบบได้ โดยเป็นขนมสำหรับผู้มีกำลังทรัพย์ เนื่องจากมีต้นทุนการทำสูง โดยเฉพาะการใช้ในงานบุญและการจัดเลี้ยง เช่น วันประสูติของพระเจ้าหรืองานแต่งงาน

บริบทด้านสถานที่สำคัญ คือมัสยิดสวนพลู เดิมเป็นอาคารไม้ชั้นเดียวลักษณะเป็นเรือนไทย (ปั้นหยา) ปี พ.ศ.2379 นายฮัจยีโต๊ะชางอ (ชาย) อิหม่ามอันดับแรกเป็นผู้ริเริ่มก่อสร้างตัวอาคารแบบไทย ชาวบ้านสมัยนั้นเรียกว่า สุเหร่า หรือกุฎี (เพราะมีรูปร่างเหมือนกะฎีหรือวิหารทางพุทธศาสนา) เป็นรูปทรงปั้นหยาเช่นเดียวกับอาคารไม้เดิม ระยะหลังคณะกรรมการอิสลามประจำมัสยิดเห็นว่าต้องรื้อตัวอาคารเดิมออกและก่อสร้างมัสยิดหลังใหม่ โดยทำพิธีเปิดเฉลิมฉลองเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2518

บริบทด้านปราชญ์ชุมชน ตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“คนที่ทำขนมบดิน เป็นเจ้าของสูตรดั้งเดิมในหมู่บ้านสมัยก่อน บ้านนี้ก็ทำขนมบดิน บ้านนี้ก็ทำ แต่ก็ได้รับการยอมรับเป็นบางคน อย่างบางร้านที่ทำ เขาสนใจเลยได้ต่อยอดเพิ่ม เลยมีชื่อเสียง” (PC1)

“มีคนมาขอสัมภาษณ์เยอะแยะเลย ไม่กี่วันก็ออกรายการช่อง 34 นะ AMARINTV แล้วก็ของมะกัน มาแบบไม่รู้ตัวเลย วันนั้นไม่มีขายของ มะกันมาถ่ายทำ ไม่ได้บอกล่วงหน้า แล้วไปออกเผยแพร่” (BO1)

ความผูกพันของขนมบดินดั้งเดิมในชุมชนมัสยิดสวนพลูมีที่มาจากการที่ปู่ย่าตายายได้สูตรและทำรับประทานในครัวเรือนและสืบทอดความรู้แก่ลูกหลานที่สนใจ มีไม่กี่ครัวเรือนที่ทำได้ตามแบบดั้งเดิมและต่อยอดจนมีชื่อเสียง ทำให้ขนมบดินเริ่มเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง หลังจากที่ได้รับการเผยแพร่ทางโทรทัศน์และรายการจากต่างประเทศ ทำให้ชาวมุสลิมตำบลอื่น ๆ เริ่มรู้จัก จากนั้นจึงเริ่มเปิดหน้าร้าน โดยปัจจุบันมีการถ่ายทำรายการและมีผู้เข้ามาศึกษา ซึ่งขนมบดินได้พัฒนาจากการทำรับประทานในครอบครัวกลายเป็นเอกลักษณ์ชุมชน ผ่านการสืบทอดและผลักดันให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

บริบทด้านภูมิปัญญาด้านอาหาร ตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“เดือนรอมฎอนที่คนไทยศีลอดก็จะมีตลาดนัดตรงทางรถไฟ คนขายกันเต็มเลย” (EX1)

“มีอาหารมุสลิมแต่ไม่เยอะ เพราะอาหารมุสลิมเมนูมันน้อย เราจะรู้จักแค่ข้าวหมกไก่ มัสมั่น อย่างอื่นเนื้อมันไม่ค่อยมี ไม่ค่อยแพร่หลาย อย่างเช่นถ้ามาตลาดพลูอย่าขนมบดินที่เป็นของขึ้นชื่อ” (EX4)

ชุมชนมัสยิดสวนพลูได้รับการยอมรับว่าเป็นแหล่งรวมอาหารที่หลากหลายและมีชื่อเสียงด้านรสชาติ ลูกค้าที่มาจับจ่ายใช้สอยมักให้การรับรองว่าอาหารมีคุณภาพดีและจำหน่ายในราคาเหมาะสม การมาเยือนชุมชนนี้จึงมีจุดประสงค์นอกจากการประกอบศาสนกิจ คือการมาซื้อและลิ้มลองอาหารซึ่งเป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง เช่น ขนมบดิน กลายเป็นสินค้าส่งไปจำหน่ายยังพื้นที่ต่าง ๆ นอกจากนี้ อาหารที่โดดเด่นและเป็นที่ชื่นชอบของคนในชุมชนคือ ข้าวหมกไก่ และมัสมั่น ในช่วงเทศกาลสำคัญอย่างเดือนรอมฎอน ชุมชนยังจัดตลาดนัดอาหารบริเวณทางรถไฟเพื่อรองรับการจับจ่ายใช้สอย

สรุปแก่นสาระบริบทชุมชนมัสยิดสวนพลู ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงแก่นสาระบริบทชุมชนมัสยิดสวนพลู
ที่มา: ผู้วิจัย (2569)

วัตถุประสงค์ที่ 2 การสืบทอดและการอนุรักษ์ขนมบดินในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย 6 แก่นสาระ ได้แก่ แก่นสาระด้านการเรียนรู้ภูมิปัญญา การประยุกต์ภูมิปัญญา การถ่ายทอดภูมิปัญญา การอนุรักษ์ภูมิปัญญา คุณค่าทางวัฒนธรรมของขนมบดิน และเศรษฐกิจในครัวเรือนและชุมชน

ด้านการเรียนรู้ภูมิปัญญา ตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“มีมานานแล้ว ตั้งแต่ผมจำได้ เห็นทำกันอย่างที่ใกล้บ้านนะ แต่ก่อนหน้าสุเหร่าบ้านแม่ แม่ของเพื่อนชื่อดาบุด แม่ก็ทำขาย อิสลามแต่ละบ้านก็ทำผิง ทำขนมบดิน” (PC1)

“เหมือนว่าพอปู่ย่าตายายพอได้สูตรมา ก็มาทำกินที่บ้าน แล้วลูกหลานคนไหนสนใจเขาก็สืบทอด ในนี้ก็จะมีกันไม่กี่บ้านที่ทำแบบนี้ได้ บางบ้านเขาสนใจเลยได้ต่อยอด เลยมีชื่อ” (EX1)

ขนมบดินเป็นขนมประจำชุมชนมัสยิดสวนพลู โดยทำขายในบางพื้นที่ แต่เดิมไม่ได้มีขายทั่วไป พบเฉพาะโอกาสพิเศษ เช่น งานเทศกาล งานแต่งงาน งานบุญ หรือพิธีการใหญ่ที่เกี่ยวกับศาสนา การทำขนมบดินมักเป็นกิจกรรมรวมตัวกันในงานบุญ โดยเฉพาะที่บ้านของโต๊ะอิหม่าม การทำขนมนี้รวมถึงขนมไทยอื่น ๆ เช่น ทองหยิบ ทองหยอด จะสืบทอดกันภายในครัวเรือน จากปู่ย่าตายายสู่ลูกหลานที่สนใจ และผู้ที่สนใจจะมาร่วมกิจกรรมเพื่อเรียนรู้สูตรทำขนม จนเกิดเป็นร้านที่มีชื่อเสียงภายในชุมชน

ด้านการประยุกต์ภูมิปัญญา ตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“ก็จะมีในส่วนของการหมักกับไม่หมักถ้าเป็นสูตรสมัยนี้เขาไม่หมักกันแล้ว เขาจะใช้ผงฟูแทนการหมัก ก็คือสามารถตีเสร็จแล้วก็อบได้เลยโดยไม่ต้องหมักแป้ง” (EX1)

“สมัยก่อน ใช้เตาอั้งโล่ แล้วเป็นสังกะสีฝาปี๊บ เอาปี๊บเอามาตอกให้มันแบน ๆ ใช้กาบมะพร้าวกับถ่าน เอากาบมะพร้าวปิด แล้วตัวขนมเราก็อยู่บนนี้ ใส่ถาดน้อย ๆ แต่เดี๋ยวนี้ใช้เตาอบ ใช้เตาแก๊สแล้ว” (BO1)

มีการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมและวิธีทำขนมบดินเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการด้านความรวดเร็วและความชื่นชอบของคนในปัจจุบัน โดยเฉพาะเรื่องการขึ้นฟู ในอดีตการทำขนมบดินต้องใช้เวลามาก เนื่องจากต้องหมักส่วนผสมข้ามคืน ร่วมกับใช้การผสมและนวดแป้งด้วยมือ อุปกรณ์การอบเป็นแบบพื้นบ้าน คือใช้เตาอั้งโล่ร่วมกับแผ่นสังกะสีจากฝาปี๊บและใช้กาบมะพร้าวกับถ่านเป็นเชื้อเพลิง เป็นกระบวนการที่ใช้ระยะเวลานาน ปัจจุบันผู้ทำได้ปรับปรุงส่วนผสมโดยใช้ผงฟูแทนการหมักแป้ง สามารถนำเข้าอบได้ทันทีโดยไม่ต้องหมักแป้งข้ามคืน ซึ่งขนมดั้งเดิมและขนมที่ใช้ผงฟูทดแทนการหมักมีรสชาติไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ยังปรับเปลี่ยนขนมให้ถูกปากผู้คนในปัจจุบันมากขึ้น โดยสูตรต้นตำรับที่เรียกว่า ตานี จะมีเนื้อสัมผัสค่อนข้างแฉะคล้ายลาวา แต่สูตรที่ดัดแปลงจะมีเนื้อฟูคล้ายเค้ก

ด้านการสืบทอดภูมิปัญญา ตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“จะสืบทอดในครอบครัว แบบว่าครอบครัวนี้ยายคนนี้สอน ก็คือมาดูกันทำ ก็จะรู้สูตรการทำ” (EX1)

“จากรุ่นสู่รุ่น ย่าสอนมาอีกทีนึง เราเห็นมาตั้งแต่เด็ก มีญาติมาเราอยู่บ้านย่าก็ทำขนมเนี้ยให้คนที่มาเยี่ยมวันอีดิลฟิฏร์ พอโตขึ้นมีครอบครัว ทำเบเกอรีอยู่แล้ว ย่าก็ว่า เออ เอาสูตรไปทำ ขายต่อนะ” (BO4)

การสืบทอดภูมิปัญญามีเฉพาะในครอบครัว โดยเรียนรู้จากรุ่นสู่รุ่น เช่น จากย่าหรือยายถ่ายทอดสู่ลูกหลาน มักเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป เริ่มต้นจากการจดจำ สังเกต จากงานเลี้ยงญาติในโอกาสสำคัญ เมื่อโตขึ้นจึงได้รับอนุญาตให้ช่วยหยิบจับและใช้เวลาในการสั่งสมประสบการณ์จนได้ลงมือทำอย่างจริงจัง ส่วนใหญ่จะไม่มอบสูตรแก่คนนอกครอบครัวนอกจากลูกหลานตนเอง แม้การสืบทอดจะจำกัดอยู่ภายในครัวเรือน แต่การเผยแพร่สู่สาธารณะจนเป็นที่รู้จักเกิดขึ้นเมื่อผู้ทำขนมบางรายได้รับการส่งเสริมให้เผยแพร่ผ่านรายการโทรทัศน์ ทำให้ผู้คนโดยเฉพาะชาวมุสลิมรู้จักขนมบดินอย่างแพร่หลาย

ด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญา ตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“เด็กรุ่นใหม่บางบ้านยังไม่รู้จักขนมบดิน คือจะน้อยมากเพราะส่วนใหญ่เด็กก็จะไปกินเค้ก” (EX1)

“อย่างแรกเลยก็คือต้องไม่หวงสูตร ถ้าสมมติครอบครัวนั้น ๆ มีความรู้การทำขนมก็อยากให้ส่งต่อเพราะไม่งั้นถ้าไม่มีคนสนใจในส่วนตรงนี้ ธุรกิจของครอบครัวหรืออะไรพวกเนี้ยก็จะค่อย ๆ หายไป” (BO4)

ปัจจุบันขนมบดินกำลังเผชิญกับความท้าทายในการดำรงอยู่ เนื่องจากเด็กรุ่นใหม่สนใจบริโภคน้อยลงและหันไปนิยมเค้กหรือขนมสมัยใหม่อื่นทำให้เริ่มเป็นที่รู้จักน้อยลง ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่า ขนมบดินควรได้รับการอนุรักษ์ไว้ในฐานะเป็นขนมที่มีคุณค่า แต่แนวทางอนุรักษ์ยังมีความเห็นแตกต่างกัน โดยผู้ทำขนมบางรายยังยึดมั่นจะสงวนสูตรไว้เฉพาะในครอบครัว เนื่องจากเห็นว่าเป็นธุรกิจที่ต้องรอลูกหลานสืบทอด ในขณะที่อีกความเห็นหนึ่งเสนอแนะว่า ผู้ทำควรส่งต่อความรู้นี้ให้ผู้ที่สนใจอย่างต่อเนื่อง เพราะหากไม่มีคนสนใจสืบทอด ธุรกิจและภูมิปัญญาการทำขนมบดินอาจสูญหายไปในที่สุด

ด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมของขนมบดิน ตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“จะมีใช้ในช่วงเดือนรอมฎอนทุกปี เราก็มีจัดเลี้ยงอาหาร และรอมฎอนที่คนไทยศีลอด” (PC1)

“คนทั่วไปซื้อไปกิน แต่คนท้องถิ่นมีสองอย่างคือ ซื้อไปกินและทำบุญเลี้ยงกัน ศาสนาอิสลามการทำบุญเป็นเหมือนบริจาคเงินทอง อันนี้เป็นอาหาร และเชื่อว่าเป็นการอุทิศให้พ่อแม่ที่เสียชีวิตไปแล้ว” (EX2)

ขนมบดินมีบทบาทสำคัญทางศาสนาและสังคมในชุมชนมัสยิดสวนพลู ในอดีตสงวนไว้ใช้เฉพาะในงานบุญ งานสรรเสริญ และเทศกาลสำคัญ หรือใช้ในการจัดเลี้ยงอาหารช่วงเดือนรอมฎอน ในเชิงศาสนา ทำเพื่อเลี้ยงผู้คนในงานบุญถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการบริจาค โดยมีความเชื่อว่าการให้อาหารนี้จะนำมาซึ่งผลบุญและใช้เป็นวิธีอุทิศส่วนกุศลให้พ่อแม่ที่ล่วงลับ และเป็นโอกาสให้ผู้คนในชุมชนมารวมตัวกันที่บ้านของผู้นำศาสนาเพื่อร่วมทำขนม ในเชิงสังคม จัดอยู่ในกลุ่มขนมของคนมีฐานะ เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตสูง ทำให้เจ้าภาพในงานบางแห่งที่มีงบประมาณจำกัดอาจไม่ได้จัดทำขนมนี้ ปัจจุบันมีจำหน่ายมากขึ้นแต่คงมีบทบาทในฐานะของฝากและขนมที่จัดทำเพื่อต้อนรับแขกในวันอีดหรือเทศกาล

ด้านเศรษฐกิจในครัวเรือนและชุมชน ตามข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

“ทำในวิสาหกิจชุมชนก็มี แต่พอเศรษฐกิจไม่ดีก็มากันไม่ครบ ขายได้น้อยแบ่งได้น้อย ไม่เหมือนต่างจังหวัด นิดหน่อยเขาก็เอา รวมกลุ่มกันได้ แต่กรุงเทพฯ ไม่ใช่ ค่าครองชีพสูง ใช้ชีวิตลำบาก” (BO1)

“ถ้าเปรียบเทียบจะไม่ค่อยมากเพราะเป็นขนมที่ใช้ในเทศกาลเรา ไม่สามารถขายได้ตลอด” (BO3)

ธุรกิจขนมบดินมีลักษณะเป็นธุรกิจตามฤดูกาล มียอดขายสูงขึ้นช่วงเทศกาลวันอีดิ้ลอัฎฮา ซึ่งสามารถสร้างรายได้สูงถึงหลักแสนบาท ส่วนช่วงนอกเทศกาลยอดขายจะไม่สม่ำเสมอและมีต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง เนื่องจากมีส่วนผสมสำคัญอย่างเนยกี (เนยที่สกัดไขมันออกจากเนยและน้ำ) ส่งผลให้ราคาขายต่อถาดประมาณ 250 บาท ผู้ผลิตบางรายรวมกลุ่มกันในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน แต่ปัจจัยทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบโดยเฉพาะพื้นที่ที่มีค่าครองชีพสูงอย่างในกรุงเทพมหานคร เมื่อเศรษฐกิจไม่ดีและยอดขายลดลง การแบ่งรายได้น้อยลง ทำให้สมาชิกไม่สามารถมาร่วมกลุ่มได้ครบถ้วนเช่นที่ผ่านมา

สรุปแก่นสาระภูมิปัญญาขนมบดิน ตามภาพที่ 2 และขนมบดิน ตามภาพที่ 3



ภาพที่ 2 แสดงแก่นสาระภูมิปัญญาขนมบดิน

ที่มา: ผู้วิจัย (2569)



ภาพที่ 3 ขนมบดิน

ที่มา: ผู้วิจัย (2569)

อภิปรายผล

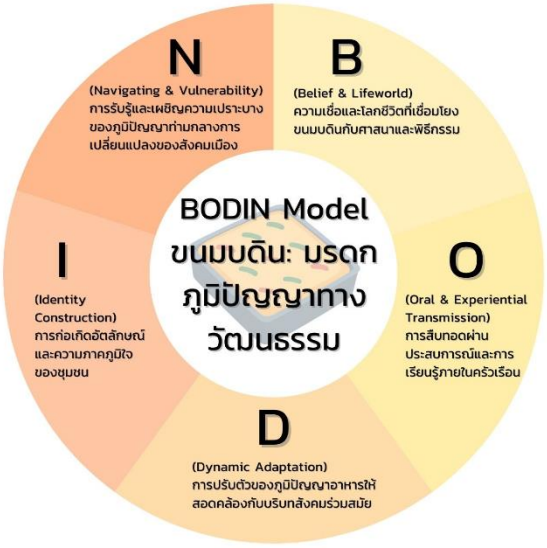
บริบทชุมชนมัสยิดสวนพลู มีรากฐานจากการเคลื่อนย้ายประชากรมุสลิมเชื้อสายมลายู เกิดการหล่อหลอมอัตลักษณ์ทางศาสนาและวัฒนธรรม เศรษฐกิจชุมชนเดิมคือการปลูกพลูเป็นความสามารถของการปรับตัวเมื่อเผชิญการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ เปลี่ยนผ่านจากชุมชนเกษตรกรรมสู่การเป็นส่วนหนึ่งของเมืองสมัยใหม่ วัฒนธรรมอาหารโดยเฉพาะในช่วงเดือนรอมฎอนเป็นพื้นที่ทางสังคมที่เชื่อมโยงผู้คนและความเป็นชุมชน ขนมบดินจึงเป็นสัญลักษณ์ของทุนทางวัฒนธรรมที่สะท้อนความทรงจำร่วมของชุมชน บทบาทของมัสยิดสวนพลูในฐานะศูนย์กลางทางศาสนาและสังคมช่วยเอื้อให้สืบทอดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาอาหารอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมัสยิดทำหน้าที่เป็นพื้นที่กลางหล่อหลอมความสัมพันธ์ ความศรัทธา และการถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรม ส่งผลให้การสืบทอดขนมบดินจากครัวเรือนสู่การเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเกิดขึ้นผ่านการปฏิบัติจริง สอดคล้องกับแนวคิดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่เน้นการดำรงอยู่ผ่านชุมชนผู้ปฏิบัติ เช่นเดียวกับชุมชนชาวไทยมุสลิมเชื้อสายชวาในกรุงเทพมหานครที่ย้ายถิ่นมาจากประเทศอินโดนีเซีย มีมัสยิดยะวาซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจ (ธันวา สุทธิชาติ และคณะ, 2567) งานวิจัยของชัยณรงค์ ศรีรักษ์ (2565) พบว่า ศาสนามีบทบาทต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนในชุมชนปรากฏในความเชื่อ พิธีกรรม ศีลธรรม ธรรมเนียม ประเพณีและเทศกาล โดยมีปัจจัยอิทธิพลของพื้นที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงในมิติสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรชีวภาพ และหลอมรวมความหลายหลากทางสังคมวัฒนธรรมของพื้นที่และผู้คนให้กลายเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม

ขนมบดินเป็นภูมิปัญญาอาหารที่มีบทบาททางศาสนาและสังคมของชุมชนมัสยิดสวนพลู โดยการเรียนรู้และสืบทอดเกิดขึ้นภายในครัวเรือนจากรุ่นสู่รุ่นในโอกาสสำคัญทางศาสนา ปัจจุบันมีเพียงไม่กี่ครัวเรือนที่ยังคงองค์ความรู้ดังกล่าวไว้ได้ อาจเป็นเพราะกระบวนการผลิตที่ซับซ้อน ใช้เวลาต้องอาศัยประสบการณ์เฉพาะด้าน นิปาตีเมาะ หะยีหามะ (2568) พบว่า ชุมชนบ้านประจันมีอาหารที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน คือขนมละซอละแซ เนื่องจากชาวบ้านผลิตขนมละซอละแซเป็นอาชีพสืบต่อจากบรรพบุรุษ จึงเป็นอาหารที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีและเทศกาล ในด้านการประยุกต์ภูมิปัญญา ผู้ทำขนมได้ปรับเปลี่ยนส่วนผสมและวิธีการให้สอดคล้องกับสังคม

ร่วมสมัย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นกลไกสำคัญช่วยให้ขนมบดินดำรงอยู่ได้ แม้การปรับสูตรอาจส่งผลต่ออัตลักษณ์ดั้งเดิมบางประการ โดยชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ และมีนา ระเด่นอาหมัด (2564) สรุปว่าการเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบอาหารในประเทศมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมและประเพณีในท้องถิ่น สร้างสรรค์เป็นเมนูสอดคุล้องกับบริบทสังคม แต่คงไว้ซึ่งภูมิปัญญาอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรม เป็นการประยุกต์ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อสื่อสารถึงคนรุ่นลูกหลาน ในการถ่ายทอดขนมบดินจำกัดอยู่ภายในครอบครัวและมีมุมมองที่แตกต่างระหว่างการสงวนสูตรกับการเปิดเผยองค์ความรู้อาจเป็นเพราะภูมิปัญญาดังกล่าวเกี่ยวข้องกับคุณค่าทางวัฒนธรรมและการดำรงชีพของครัวเรือน จึงเห็นว่าการถ่ายทอดอย่างเหมาะสมควบคู่การรักษาอัตลักษณ์จะช่วยลดความเสี่ยงต่อการสูญหาย เพราะเอกลักษณ์มรดกทางอาหารเป็นส่วนหนึ่งของมิติเชิงสัญลักษณ์ที่มีส่วนช่วยกำหนดปัจเจกบุคคล ชุมชน ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคล และมิติทางชาติพันธุ์และความเป็นท้องถิ่นของอาหาร (Shakya and Vagnarelli, 2024)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปองค์ความรู้ใหม่ แสดงตามแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากแผนภาพที่ 2 นำเสนอ **BODIN Model** เพื่ออธิบายองค์ความรู้ใหม่ของขนมบดินในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมตามกรอบปรากฏการณ์วิทยา แสดงแก่นสาระประสบการณ์ชีวิตของผู้คนในชุมชน ประกอบด้วย **B (Belief & Lifeworld)** ความเชื่อและวิถีชีวิตที่เชื่อมโยงขนมบดินกับศาสนาและพิธีกรรม มีผลต่อ **O (Oral & Experiential & Transmission)** การสืบทอดผ่านประสบการณ์และการเรียนรู้เฉพาะภายในครัวเรือน **D (Dynamic & Adaptation)** การปรับตัวของภูมิปัญญาอาหารให้สอดคล้องกับบริบทสังคมร่วมสมัย **I (Identity & Construction)** การก่อเกิดอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจของชุมชน และ **N (Navigating & Vulnerability)** การรับรู้และเผชิญความเปราะบางของภูมิปัญญาท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคมเมือง ซึ่งเป็นตัวกลางของ BODIN Model ที่อธิบาย

ว่า ขนมบดิน เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่มีความหมายต่อชีวิตผู้คน และเป็นฐานความรู้ที่ชุมชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ใน การสร้างความตระหนักรู้อัตลักษณ์ การธำรงรักษา ส่งต่อภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่อย่างเหมาะสมกับบริบทของตนเอง โดยเป็นองค์ความรู้ที่ช่วยทำความเข้าใจภูมิปัญญาอาหารอย่างเป็นองค์รวม และสามารถนำไปใช้ในการธำรงรักษาและต่อยอดการพัฒนาชุมชนได้

สรุป

บริบทชุมชนมัสยิดสวนพลูมี 5 แก่นสาระ ได้แก่ ความเป็นมา วัฒนธรรมชุมชน สถานที่สำคัญ ปราชญ์ชุมชน และภูมิปัญญาอาหาร มีบริบทสังคม วัฒนธรรม และศาสนาเอื้อต่อการสืบสานภูมิปัญญา โดยมีมัสยิดเป็นศูนย์กลาง ขนมบดินเป็นขนมดั้งเดิมของชุมชน แสดงให้เห็นถึงบทบาทของปราชญ์ชุมชนและภูมิปัญญาด้านอาหารมุสลิม สำหรับภูมิปัญญาขนมบดินมี 6 แก่นสาระ ได้แก่ การเรียนรู้ การประยุกต์ การถ่ายทอด การอนุรักษ์ คุณค่าทางวัฒนธรรม และเศรษฐกิจในครัวเรือนและชุมชน มีการเรียนรู้ภายในครัวเรือนจากรุ่นสู่รุ่น ปัจจุบันมีเพียงไม่กี่ครัวเรือนที่ยังรักษาภูมิปัญญานี้ไว้ การปรับเปลี่ยนส่วนผสมและวิธีการทำเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม ขณะเดียวกันการไม่เปิดเผยความรู้และความนิยมที่ลดลงของคนรุ่นใหม่ส่งผลให้ขนมบดินอยู่ในภาวะเปราะบาง แต่ยังคงมีคุณค่าทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะช่วงเทศกาลและมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจครัวเรือนในลักษณะธุรกิจตามฤดูกาล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ชุมชนมัสยิดสวนพลูมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมและสังคมเฉพาะในช่วงเดือนรอมฎอน ดังนั้น จึงควรสร้างความตระหนักและกระตุ้นให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญ และประชาสัมพันธ์ต่อยอดการท่องเที่ยวของชุมชนผ่านกิจกรรมในพื้นที่ตลอดทั้งปี

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ขนมบดินสืบทอดเฉพาะภายในครัวเรือนและผู้ที่มีความรู้ดั้งเดิม และไม่ได้รับความนิยมในคนรุ่นใหม่ ดังนั้น จึงควรจัดกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้ภูมิปัญญา และพัฒนาสู่การจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นในโรงเรียนรอบชุมชน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาต่อยอดเกี่ยวกับการพัฒนาตำรับมาตรฐานของขนมบดิน และการบูรณาการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมขนมบดินสู่การจัดการเรียนรู้ในชั้นเรียนของสถานศึกษาในพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

ชัยณรงค์ ศรีรักษ์. (2565). แนวทางการจัดการคุณค่ามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความยั่งยืน พื้นที่ชุมชนลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ประเทศไทย. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*, *23*(44), 3-18. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/268139/184040.

ชาดา เตรียมวิทยา. (2565). ซอฟต์พาวเวอร์เพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในตลาดพลู. *เอเชียปริทัศน์, 43*(2), 70-98. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/asianreview/article/view/257316/172329.

ชาย โพธิสิตา. (2564). *ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 9. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ, และมีนา ระเด่นอาหมัด. (2564). การสื่อสารวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านชายแดนใต้ของไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, *13*(2), 177-189. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/251134/171785.

ฐิติวัฒน์ เพชรถิรสวัสดิ์. (2566). กระบวนการถ่ายทอดภูมิปัญญาเพื่อการพึ่งพาตนเองของชาวบ้านตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสาร มจร การพัฒนาสังคม*, 8(1), 341-356. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/277087/184487/

ณิชมน ภมร, และพัชรี ตันติวิภาวิน. (2563). การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านภาคเหนือตอนบนของไทย. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 6*(2), 28-44. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14456/jrgbsrangsit.2020.19

ธนวิทย์ ลายิ้ม. (2566). ภูมิปัญญาการผลิตขนมทองหยิบกลุ่มจังหวัดภาคกลาง. *วารสารกระแสวัฒนธรรม, 25*(5), 58-71. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/cultural_approach/article/view/268745/182201.

ธันวา สุทธิชาติ, ธนภพ โสตรโยม, และชญาภัทร์ กี่อาริโย. (2567). ภูมิปัญญาวัฒนธรรมอาหารในงานพิธีกรรมทางศาสนาของชาวไทยมุสลิมเชื้อสายชวาในกรุงเทพมหานคร. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา, 37*(132), 98-108. https://so09.tci-thaijo.org/index.php/jted/article/view/5587 /3497.

นันทะ บุตรน้อย, วิพัฒน์ หมั่นการ, พรชนก ทองลาด, และสุธีรา ทิพย์วิวัฒน์พจนา. (2567). การตรวจสอบสามเส้าในการวิจัยทางสังคมศาสตร์. *วารสารมณีเชษฐาราม วัดจอมมณี*, *7*(6), 1184-1198. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JMCR/article/download/5939/4168 /52775.

นิปาตีเมาะ หะยีหามะ. (2568). แนวทางการสืบสาน อนุรักษ์ วัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านเพื่อความยั่งยืน. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 9*(2), 100-113. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSC/article/download/280417/187843.

พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ. 2559. (28 เมษายน 2559). *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 133 ตอนที่ 19 ก หน้า 1.

ภาควิชาการอาชีวศึกษาและพัฒนาสังคม คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. (2568). *มรดกเพื่อการพัฒนา: ภูมิปัญญา ศิลปะ และวัฒนธรรม*. เอ็กซ์เปอร์ต เทคโนโลยี ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (*พิมพ์ครั้งที่ *2).* นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

สรณา อนุสรณ์ทรางกูร, ปรีดิ์ลภัส พัฒนพงษ์ดิลก, และชูชาติ พรหมพิมพ์, (2568). การถอดรหัสพหุวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นย่านตลาดพลูผ่านการเล่าเรื่อง: กรณีศึกษาการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากด้วยการท่องเที่ยวเชิงอาหาร. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 8*(2), 92-104. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/human_dru/article/ view/279261/185825.

สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2567). *แนวทางการจัดการเรียนรู้ที่บูรณาการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมสำหรับการศึกษาขั้นพื้นฐาน.* สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา.

อับดุร์ หมานรุน, กิตตินันท์ กระจ่างพันธุ์, จิระพงค์ เรืองกุน, และปกรณ์โอภาส วิทยารักษ์. (2566). การคิดเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนบ้านขนมบดิน ชุมชนมัสยิดสวนพลู แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 11*(1), 1-13. https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jhssrlpru/article/view/2518/1315.

Langdridge, D. (2007). *Phenomenological psychology: Theory, research and method.* Pearson.

Shakya, M. and Vagnarelli, G. (2024), Creating value from intangible cultural heritage—the role of innovation for sustainable tourism and regional rural development. *European Journal of Cultural Management and Policy, 14*, 12057. https://doi.org/10.3389/ejcmp.2024.12057.

Thompson, J. (2022). A Guide to Abductive Thematic Analysis. *The Qualitative Report, 27*(5), 1410-1421. https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5340.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา

FACTORS INFLUENCING UNDERGRADUATE ENROLLMENT DECISIONS AMONG FIRST-YEAR STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF PHAYAO

ชลธิดา เทพหินลัพ, นรินธน์ นนทมาลย์,* วิไลลักษณ์ ครุฑปาน, ชลล์สิณาณ์ พรหมเสน และสุมิตรา อินทะ
Chonthida Thephinlap, Narinthan Nontamand,* Wilailak Khrutpan, Chonsicha Promsen and Sumittra Intha
มหาวิทยาลัยพะเยา
University of Phayao
*Corresponding Author E-mail: narin.no@up.ac.th
Received September 16, 2025; **Revised** February 26, 2026; **Accepted** March 4, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา และ 2) ศึกษาความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 413 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.92 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยด้านสถาบันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรีมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2568 มากที่สุด ช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยาในภาพรวม พบว่า บุคคล ได้แก่ ครูแนะแนว เพื่อน/รุ่นพี่ และบุคคลในครอบครัวทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยามากที่สุด 2) นิสิตใหม่ต้องการได้รับการสนับสนุนด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกจากมหาวิทยาลัยมากที่สุด ผลการศึกษานี้สามารถนำเป็นแนวทางในการพัฒนาเชิงกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดการศึกษา รวมทั้งเสริมสร้างจุดแข็งของมหาวิทยาลัยในด้านปัจจัยสถาบันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนอย่างแท้จริงในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, เข้าศึกษา, ระดับปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยพะเยา

Abstract

This study aimed to 1) examine the factors influencing the decision to enroll in undergraduate programs among first-year students at the University of Phayao, and 2) explore their needs for institutional support. A quantitative research design was employed. The participants included 2,346 first-year undergraduate students enrolled in the first semester of the 2025 academic year. Data were collected using a questionnaire assessing factors affecting enrollment decisions in the digital era among new students at the University of Phayao. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean,

and standard deviation, were utilized to analyze the factors influencing enrollment decisions, while content analysis was applied to examine students' support needs.

The results revealed that institutional factors had the greatest influence on students' decisions to enroll at the University of Phayao in the 2025 academic year. Regarding the channels through which students became familiar with the university, personal contacts- including guidance teachers, friends or seniors, and family members- played the most significant role. Moreover, first-year students desired support in the areas of welfare and facilities provided by the university. The findings can serve as strategic guidelines for enhancing institutional public relations and educational marketing, as well as for strengthening the university's institutional factors to better meet the needs of learners in the digital era.

Keywords: decision-making, enrollment, undergraduate, university of Phayao

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในโลกยุคดิจิทัล ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่อพฤติกรรมผู้เรียนในยุคดิจิทัล โลกแห่งการเรียนรู้ได้พัฒนาไปอย่างมากจากการที่มีระบบอินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ และการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล ระบบเครือข่ายความรู้ออนไลน์มีการขับเคลื่อนอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน พฤติกรรมในการเรียนรู้และการเข้าถึงข้อมูลของกลุ่มคน Gen Z ก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากแต่ละคนเลือกที่จะเรียนรู้หรือหาข้อมูลตามความสนใจของตนเอง สามารถศึกษาหรือเรียนรู้ได้ตามที่ต้องการส่งผลให้การจัดการศึกษาจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมและรูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสมสำหรับผู้เรียนในยุคนี้ โดยมุงเน้นการจัดการเรียนรู้โดยยึดหลัก "โลกคือห้องเรียน" (พงษ์พัชรินทร์ พุธวัฒนะ, 2564)

การตัดสินใจเลือกเรียนมหาวิทยาลัยของกลุ่มผู้เรียนยุคใหม่ โดยเฉพาะในด้านพฤติกรรมการตัดสินใจและการเข้าถึงข้อมูล แนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนในระดับมหาวิทยาลัยจึงมีปัจจัยที่ซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้น หนึ่งในปัจจัยสำคัญคือ ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ของสถาบันการศึกษา ช่องทาง YouTube, TikTok และ Facebook ซึ่งทำให้ผู้เรียนสามารถเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้ทันที รวมถึงได้รับข้อมูลรีวิวหรือประสบการณ์ตรงจากศิษย์เก่าหรือรุ่นพี่ในรูปแบบที่หลากหลายและเข้าใจง่าย ส่งผลให้การตัดสินใจของพวกเขามีพื้นฐานจากข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น นอกจากนี้ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ความทันสมัยของหลักสูตร ความยืดหยุ่นของการเรียน และโอกาสในอาชีพหลังสำเร็จการศึกษาก็กลายเป็นประเด็นสำคัญที่กลุ่มผู้เรียนยุคใหม่ให้ความสำคัญมากกว่าปัจจัยเชิงกายภาพ เช่น ทำเลที่ตั้งหรือชื่อเสียงในอดีตของมหาวิทยาลัย กลุ่มผู้เรียนยุคใหม่นี้ยังให้ความสำคัญกับคุณค่าทางสังคมและความหลากหลาย เช่น ความเท่าเทียม การเปิดรับความคิดสร้างสรรค์ และสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนเป็นตัวของตัวเอง ทั้งนี้ ส่งผลให้สถาบันการศึกษาจำเป็นต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อออกแบบหลักสูตรและกลยุทธ์การสื่อสารให้สอดรับกับความต้องการของผู้เรียน

ยุคดิจิทัล (สมาน อัศวภูมิ, 2565) แนวโน้มการตัดสินใจเลือกเรียนมหาวิทยาลัยของกลุ่มผู้เรียนยุคใหม่จะเน้นไปที่ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านหลักสูตร และด้านเหตุผลส่วนตัว เช่น ความสนใจในสาขาวิชาที่เปิดสอน อิทธิพลจากครูในโรงเรียนและรุ่นพี่ อิทธิพลจากครอบครัว เป็นต้น และจากสถิติของผู้เรียนส่วนใหญ่จะเข้าถึงข้อมูลจากสื่อสังคม ผ่านช่องทาง Facebook TikTok Website Instagram YouTube ตามลำดับ (ธนพัฒน์ อินทวี, 2564)

มหาวิทยาลัยพะเยาเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการสร้างโอกาสทางการศึกษา ด้วยการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม รวมถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีทางด้านการศึกษาซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนทั่วไป การศึกษาเรียนรู้ในปัจจุบันจึงต้องปรับเปลี่ยนให้เป็นการศึกษาเรียนรู้ เพื่อเป็นเครื่องมือนำพาผู้เรียนไปสู่ “การเรียนรู้ในอนาคตด้วยตนเอง” เป็นการเตรียมคนและเสริมสร้างศักยภาพคนให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มหาวิทยาลัยพะเยามุ่งเน้นการพัฒนาไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสมบูรณ์แบบ (Comprehensive University) จัดการเรียนการสอนครอบคลุมทุกสาขาวิชา มีการจัดการเรียนการสอนทั้งในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก จำนวน 113 หลักสูตร แบ่งเป็น 3 กลุ่มสาขาวิชาหลักคือ กลุ่มสาขาวิชาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มสาขาวิชาทางด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ กลุ่มสาขาวิชาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จัดการศึกษา 17 คณะ 2 วิทยาลัย และ 1 วิทยาเขต ประกอบด้วย หลักสูตรประกาศนียบัตร 1 หลักสูตร หลักสูตรปริญญาตรี 67 หลักสูตร ปริญญาโท 30 หลักสูตร และปริญญาเอก 16 หลักสูตร มีการจัดการศึกษาในรูปแบบ 2 ปริญญา ทั้งในรูปแบบปริญญาตรี 2 ปริญญา และปริญญาตรีควบคู่กับปริญญาโท รวมทั้งการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบ Non-degree และ Pre-degree (มหาวิทยาลัยพะเยา, 2566) มหาวิทยาลัยพะเยามีนโยบายในการกระจายโอกาสทางการศึกษาอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม เปิดรับนักเรียนเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาไม่น้อยกว่า 4,500 คนต่อปี และยังให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเป้าหมายและแนวทางในการจัดการศึกษา ผ่านการจัดกิจกรรมและโครงการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี เพื่อเชื่อมโยงระหว่างสถาบันการศึกษากับนักเรียน ครู ผู้ปกครองและชุมชน มหาวิทยาลัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมจำนวนทั้งสิ้น 3 โครงการ ซึ่งมุ่งเน้นการให้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของมหาวิทยาลัยพะเยา และแนวทางการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยพะเยา ดังนี้ 1) โครงการผู้บริหารมหาวิทยาลัยพะเยาพบผู้บริหารสถานศึกษาและแนะแนวสัญจร ออกเดินทางสัญจรเพื่อพบปะผู้บริหารสถานศึกษาและครูแนะแนวในพื้นที่ต่าง ๆ ได้แก่ ภาคเหนือตอนบน (เชียงใหม่) ภาคเหนือตอนล่าง (จังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดนครสวรรค์) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดศรีสะเกษ) และภาคตะวันออก (จังหวัดชลบุรี) เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับเป้าหมายและแนวทางการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยพะเยา รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อพัฒนาความร่วมมือด้านการศึกษาอย่างเป็นระบบ 2) โครงการผู้บริหารสถานศึกษาและครูแนะแนวเยี่ยมชมมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้บริหารสถานศึกษาครูแนะแนว และนักเรียน ได้เข้ามาเยี่ยมชมสถานที่จริงภายในมหาวิทยาลัย ตลอดจนเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตรการจัดการศึกษา แนวทางการเรียนการสอน และศักยภาพของคณะและหน่วยงานต่าง ๆ ได้สัมผัสกับบรรยากาศจริงภายในมหาวิทยาลัยช่วยส่งเสริมการรับรู้เชิงบวกและสร้างความมั่นใจให้กับสถานศึกษาและนักเรียนในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ทั้งยังเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับโรงเรียน 3) โครงการแนะแนวสัญจร

มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการรับสมัครและแนวทางการคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาให้แก่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยพะเยา ให้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่ายเกี่ยวกับหลักสูตร ขั้นตอนการสมัคร และโอกาสทางการศึกษาในมหาวิทยาลัย โดยมีครูแนะแนวและนักเรียนเข้าร่วมถือเป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญในการส่งเสริมโอกาสทางการศึกษา และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนในการเตรียมตัวเข้าสู่รั้วมหาวิทยาลัยพะเยา

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา และศึกษาความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยเฉพาะในบริบทของการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของผู้เรียนในยุคดิจิทัล มหาวิทยาลัยพะเยาในฐานะสถาบันอุดมศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่มาตรฐานสากล ยังคงขาดงานวิจัยเฉพาะทางที่ศึกษาปัจจัยเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าศึกษาของนิสิตใหม่อย่างเป็นระบบการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงนโยบาย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการด้านการรับนิสิตให้สอดคล้องกับบริบทและความเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีของนิสิตใหม่มหาวิทยาลัยพะเยา
2. เพื่อศึกษาความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาในยุคดิจิทัล

การเรียนรู้ในยุคดิจิทัลเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรการเรียนรู้ได้อย่างไม่จำกัด เชื่อมต่อกับผู้คนทั่วโลก และพัฒนาทักษะที่จำเป็นสำหรับศตวรรษที่ 21 การเข้าถึงข้อมูลและแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายบนอินเทอร์เน็ตเปิดโอกาสให้นักเรียนสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่จำกัดอยู่แค่ในห้องเรียน ผู้เรียนสามารถค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม ศึกษาเนื้อหาที่สนใจ และเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญทั่วโลกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น MOOCs, YouTube และเว็บไซต์การศึกษาต่าง ๆ (World Economic Forum, 2020)

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อดิจิทัลทางการตลาด

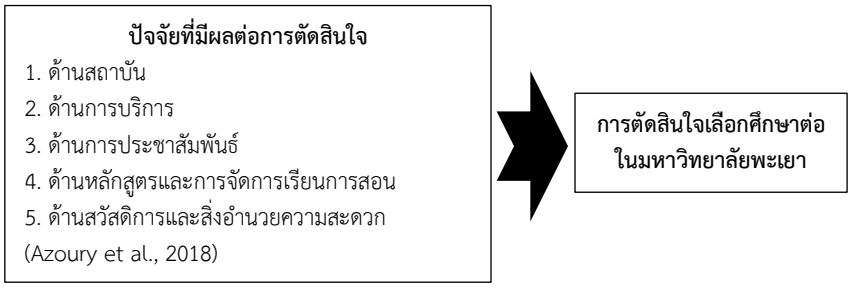
ดิจิทัลมีหลายประเภทสำหรับการนำไปใช้งานให้เหมาะสมกับบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ บล็อก บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โปรแกรมสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต และวิดีโอออนไลน์ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาสื่อดิจิทัล 2 ประเภทคือ บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์และวิดีโอออนไลน์ เนื่องจากผลสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มคน Gen Z มีการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 และเพื่อการดูโทรทัศน์ คลิปวิดีโอ ภาพยนตร์ และฟังเพลง เป็นอันดับ 2 ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาก็ได้นำสื่อดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในกลยุทธ์การสื่อสารการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความต้องการและตัดสินใจศึกษาต่อผ่านเนื้อหาในสื่อนั้น ๆ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจเป็นการนำแนวความคิดที่มีเหตุผลที่ผู้บริหารใช้ในการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ ทฤษฎีการตัดสินใจจำแนกตามวิธีการตัดสินใจ และทฤษฎีการตัดสินใจตามบุคคลที่ตัดสินใจ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือ การที่ผู้บริโภคประเมินคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ การบริการ หรือตราสินค้า โดยเลือกสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของตน เช่น ราคาที่เหมาะสม ความรู้สึก หรือเหตุผลทางอารมณ์ของผู้บริโภค การตัดสินใจเกิดขึ้นจากสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคมีการตอบสนอง ทำให้เกิดทางเลือกและการประเมินทางเลือกนำไปสู่การตัดสินใจ ดังนั้น การตัดสินใจศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา คือ การประเมินเพื่อเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาใดสถาบันหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนในด้านต่าง ๆ ได้เหมาะสมที่สุด (Hawkins & Mothersbaugh, 2023)

สรุปได้ว่า ในยุคดิจิทัลสถาบันอุดมศึกษามีบทบาทสำคัญในการปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้และการตัดสินใจของผู้เรียน โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Z ซึ่งมีการใช้สื่อดิจิทัลและเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นหลัก ปัจจัยด้านสถาบันอุดมศึกษาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อสามารถพิจารณาได้หลายด้าน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านสถาบัน ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือและความทันสมัยของสถาบัน สถาบันที่มีภาพลักษณ์ที่ดี จะส่งผลให้ผู้เรียนเกิดความเชื่อมั่นและมีแนวโน้มตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมากขึ้น 2) ปัจจัยด้านการบริการ ระบบรับสมัคร ระบบให้ข้อมูลและคำปรึกษา ความสะดวก รวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน การบริการที่ดีช่วยสร้างประสบการณ์เชิงบวกและเอื้อต่อการตัดสินใจของผู้เรียน 3) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์เครือข่ายสังคมออนไลน์ วิดีโอออนไลน์ และเว็บไซต์ เนื้อหาที่น่าสนใจทันสมัย และตรงกับความต้องการของผู้เรียน มีส่วนช่วยกระตุ้นการรับรู้ และส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจศึกษาต่อ 4) ปัจจัยด้านหลักสูตร ความทันสมัยของหลักสูตร ความสอดคล้องกับตลาดแรงงาน การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการเรียนการสอน และโอกาสทางอาชีพหลังสำเร็จการศึกษา หลักสูตรที่ตอบโจทย์อนาคตและสามารถนำเสนอข้อมูลได้ชัดเจนผ่านสื่อดิจิทัล จะช่วยให้ผู้เรียนตัดสินใจเลือกศึกษาต่อได้ง่ายขึ้น และ 5) ปัจจัยด้านสวัสดิการ ได้แก่ ทุนการศึกษา ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน และการดูแลด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิต สวัสดิการที่เหมาะสมช่วยลดความกังวลและเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้เรียนและผู้ปกครอง

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัยคือ มหาวิทยาลัยพะเยา ประชากรคือ นิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา ที่กำลังศึกษาในภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 5,047 คน กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา ที่กำลังศึกษาในภาคการศึกษาที่ 1 ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 357 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างวิจัยด้วยการคำนวณตารางเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างวิจัยอย่างน้อย 363 คน และเพื่อชดเชยความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาผู้วิจัยเพิ่มกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างวิจัย 429 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชา เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่กระจายตัวครอบคลุมทุกคณะและสาขาวิชา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์จากนิสิตที่เข้าร่วมโครงการเตรียมความพร้อมด้านวิชาการและทักษะการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัยของนิสิตชั้นปีที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้จำนวน 413 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามระดับการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี ยุคดิจิทัลของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยมีการแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สอบถามเกี่ยวกับคณะ/วิทยาลัยที่นิสิตกำลังศึกษาและจังหวัดที่นิสิตสำเร็จการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เป็นลักษณะข้อคำถามแบบเลือกตอบจำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา มีลักษณะเป็นแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scales) จำนวน 29 ข้อ แบ่งตามปัจจัย 5 ด้าน คือ 1) ด้านสถาบัน จำนวน 7 ข้อ 2) ด้านการบริการ จำนวน 4 ข้อ 3) ด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 4 ข้อ 4) ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา จำนวน 8 ข้อ และ 5) ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยา มีลักษณะเป็นแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scales) จำนวน 14 ข้อ แบ่งตามช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักคือ 1) ด้านบุคคล จำนวน 3 ข้อ 2) ด้านกิจกรรม จำนวน 4 ข้อ 3) ด้านสื่อสังคม จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 4 สอบถามความต้องการรับการสนับสนันจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นข้อคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objectives Congruence: IOC) มีค่า 0.95 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่า 0.92 (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) รวบรวมข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ในวันที่ 13 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2568 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามจุดประสงค์การวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ส่วนที่ 3 ช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยา และส่วนที่ 4 ความต้องการรับการสนับสนันจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา รายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาในกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 188 คนคิดเป็นร้อยละ 45.40 รองลงมาเป็นนิสิตในกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 27.13 และนิสิตในกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มสาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	**188**	**45.40**
คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์	58	14.00
คณะศิลปศาสตร์	27	6.50
วิทยาลัยการศึกษา	38	9.20
คณะรัฐศาสตร์และสังคมศาสตร์	20	4.80
คณะนิติศาสตร์	31	7.50
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และศิลปกรรมศาสตร์	14	3.40
กลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ	**137**	**26.25**
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	39	9.40
คณะวิศวกรรมศาสตร์	36	8.70
คณะเกษตรศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ	20	4.80
คณะพลังงานและสิ่งแวดล้อม	8	1.90
คณะวิทยาศาสตร์	34	1.45
กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	**159**	**27.13**
คณะสาธารณสุขศาสตร์	50	12.10
คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์	21	5.10
คณะสหเวชศาสตร์	12	2.90
คณะแพทยศาสตร์	7	1.70
คณะพยาบาลศาสตร์	57	2.43
คณะเภสัชศาสตร์	10	2.40
คณะทันตแพทยศาสตร์	2	0.50
รวม	**413**	**100.00**
ภูมิภาค		
เหนือ	231	55.90
กลาง	136	32.90
ตะวันออกเฉียงเหนือ	24	5.80
ตะวันตก	8	1.90
ใต้	8	1.90

กลุ่มสาขาวิชา	จำนวน	ร้อยละ
ตะวันออก	5	1.20
นิสิตต่างชาติ	1	0.20
รวม	**413**	**100.00**

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2568 ภาพรวม พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรีมากที่สุดคือ ด้านสถาบัน (M=4.15 SD=0.73) รองลงมาคือ ด้านบริการ (M=3.99 SD=0.76) และด้านประชาสัมพันธ์ (M=3.97 SD=0.80) ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา (M=3.95 SD=0.82) ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก (M=3.89 SD=0.79) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงแบนมาตรฐาน	แปลความ
ด้านสถาบัน	4.15	0.73	มาก
ด้านการบริการ	3.99	0.76	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.97	0.80	มาก
ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา	3.95	0.82	มาก
ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.89	0.79	มาก

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2568 เป็นรายภูมิภาค พบว่า ปัจจัยด้านสถาบันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก มากที่สุด ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ มากที่สุด ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ มากที่สุด ปัจจัยด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก มากที่สุด ปัจจัยด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออก มากที่สุด รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2568 จำแนกตามภูมิภาค

ปัจจัย	ภาค					
	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ตะวันออก	ตะวันตก	ใต้
ด้านสถาบัน	4.08	4.21	4.25	4.49	4.48	4.04
ด้านการบริการ	4.09	3.67	3.92	3.20	4.03	3.75
ด้านการประชาสัมพันธ์	4.07	3.59	3.97	2.80	3.47	3.43
ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา	3.90	3.99	3.85	4.38	4.16	3.56
ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.94	4.17	3.91	4.23	4.08	3.54

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2568 จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตในกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพมากที่สุดคือ ด้านสถาบัน และปัจจัยด้านสถาบันและด้านการประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมากที่สุด รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2568 จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชา

ปัจจัย	กลุ่มสาขาวิชา		
	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	วิทยาศาสตร์สุขภาพ	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
ด้านสถาบัน	4.29	4.14	3.94
ด้านการบริการ	3.96	4.08	3.96
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.96	4.10	3.86
ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา	3.98	3.82	3.80
ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.03	3.94	3.80

ส่วนที่ 3 ช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยา

ช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยาในภาพรวม พบว่า บุคคลทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยามากที่สุด (ความถี่=235) รองลงมาคือ สื่อสังคม (ความถี่=160) และกิจกรรมของมหาวิทยาลัยพะเยา (ความถี่=18) ตามลำดับ หากจำแนกตามประเภท พบว่า บุคคลที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยามากที่สุดคือ ครูแนะแนว รองลงมาคือ รุ่นพี่และเพื่อน และบุคคลในครอบครัว ตามลำดับ หากจำแนกตามสื่อสังคม พบว่า Facebook ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยามากที่สุด รองลงมาคือ TikTok และ Website ตามลำดับ หากจำแนกตามกิจกรรม พบว่า กิจกรรมแนะแนวของคณะ/สาขาวิชา ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยามากที่สุด รองลงมาคือ กิจกรรมแนะแนวของมหาวิทยาลัยพะเยา UP Open House กิจกรรมเปิดบ้านวิชาการของโรงเรียน และกิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงความถี่ช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยา

คำถาม	ความถี่
บุคคล	**235**
ครูแนะแนว	120
รุ่นพี่/เพื่อน	88
บุคคลในครอบครัว	27
สื่อสังคม	160
Facebook	54
TikTok	50
Website	20
INSTAGRAM (IG)	13
Youtube	11
อื่น ๆ	8

Podcast	4
กิจกรรม	18
กิจกรรมแนะแนวของคณะ/สาขาวิชา	10
กิจกรรมแนะแนวของมหาวิทยาลัยพะเยา UP Open House	6
กิจกรรมเปิดบ้านวิชาการของโรงเรียน	1
กิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา	1

เมื่อพิจารณาช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยาจำแนกตามภูมิภาค พบว่า นิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก รู้จักมหาวิทยาลัยพะเยาผ่านช่องทางบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อสังคม และกิจกรรม ตามลำดับ นิสิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ รู้จักมหาวิทยาลัยพะเยาผ่านสื่อสังคมมากที่สุด รองลงมาคือ บุคคล และกิจกรรม ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงความถี่ช่องทางที่ทำให้นิสิตรู้จักมหาวิทยาลัยพะเยา จำแนกตามภูมิภาค

คำถาม	**ภาค**					
	เหนือ (ความถี่)	**ตะวันออกเฉียงเหนือ** (ความถี่)	**กลาง** (ความถี่)	**ตะวันออก** (ความถี่)	**ตะวันตก** (ความถี่)	**ใต้** (ความถี่)
บุคคล	**115**	**15**	**101**	**2**	**1**	**1**
ครูแนะแนว	61	8	47	2	1	1
รุ่นพี่/เพื่อน	46	3	39	0	0	0
บุคคลในครอบครัว	8	4	15	0	0	0
กิจกรรม	**13**	**3**	**2**	**0**	**0**	**0**
กิจกรรมแนะแนวของคณะ/สาขาวิชา	7	1	2	0	0	0
กิจกรรมแนะแนวของมหาวิทยาลัยพะเยา UP Open House	4	2	0	0	0	0
กิจกรรมเปิดบ้านวิชาการของโรงเรียน	1	0	0	0	0	0
กิจกรรมตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา	1	0	0	0	0	0
สื่อสังคม	**104**	**6**	**33**	**3**	**7**	**7**
Facebook	38	2	9	0	2	3
Tiktok	42	1	6	1	0	0
Website	11	1	5	0	1	2
INSTAGRAM (IG)	7	0	4	1	1	0
Youtube	2	1	6	1	1	0
อื่น ๆ	3	1	2	0	2	0
Podcast	1	0	1	0	0	2

ส่วนที่ 4 ความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา

ความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ พบว่า นิสิตต้องการรับการสนับสนุนด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกจากมหาวิทยาลัยมากที่สุด (ความถี่=15) รองลงมาคือ ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา (ความถี่=9) ด้านสถาบัน (ความถี่=4) ด้านประชาสัมพันธ์ (ความถี่=2) และด้านการบริการ (ความถี่=1) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถาบัน เป็นปัจจัยที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา และด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

ด้านสถาบัน พบว่า สภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยร่มรื่น อากาศดีและสวยงามมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาจจะเป็นเพราะสภาพแวดล้อมธรรมชาติ มีพื้นที่สีเขียวและแหล่งน้ำทำให้สุขภาพจิตของนิสิตดีขึ้น (Yang, 2022) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมา อาแว และนิยาวาเฮร์ ไพบูลย์ (2562) พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีอยู่ในระดับมาก

ด้านการบริการ พบว่า การมีช่องทางที่หลากหลายในการติดต่อสื่อสารและสอบถามข้อมูลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาจเป็นเพราะการมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้เรียนเข้าถึงข้อมูลและสอบถามได้รวดเร็วและการให้บริการเฉพาะบุคคลตามทำให้เสริมสร้างการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อในสถาบันการศึกษา (Cornell, 2025) สอดคล้องกับงานวิจัยของรจเรข สายคำ (2560) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบริการ การบริการที่มีความสะดวก รวดเร็ว มีช่องทางในการติดต่อที่หลากหลายทำให้ผู้สมัครสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงง่ายมีส่วนช่วยให้ตัดสินใจเข้าศึกษา อาจเป็นเพราะกลุ่มคน Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ มีความสามารถในการค้นหา วิเคราะห์ และเลือกใช้ข้อมูลออนไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว ทำให้การตัดสินใจในการเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อชัดเจนขึ้น (Imjai et al., 2024; Persada et al., 2019) สอดคล้องกับงานวิจัยของวลัยลักษณ์ พันธุรี และคณะ, (2564) พบว่า การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อออนไลน์และกิจกรรมแนะแนวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอย่างชัดเจน

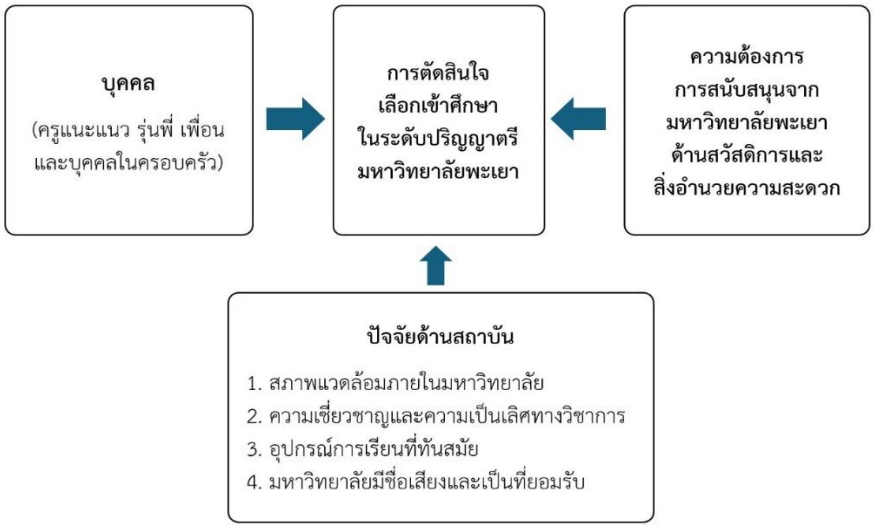
ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา พบว่า การได้ฝึกงานหรือฝึกภาคปฏิบัติจริงในระหว่างเรียนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาจเป็นเพราะการได้ฝึกงานหรือฝึกภาคปฏิบัติจริงในระหว่างเรียนช่วยให้นิสิตได้พัฒนาทักษะเชิงปฏิบัติที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน เช่น การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์เฉพาะทาง การปฏิบัติตามกระบวนการทำงานจริง และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสถานประกอบการ (Masele & Philemon, 2024) สร้างความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมองค์กร หลักการทำงานเป็นระบบ (Bawica, 2021) รวมถึงทำให้นิสิตมีความสามารถในการปรับตัวในสายอาชีพ (Tu, 2022)

ด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า การบริการด้านสุขภาพ เช่น โรงพยาบาล คลินิก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อาจเป็นเพราะการบริการด้านสุขภาพทำให้นิสิตมีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี ช่วยดูแลสุขภาพกายและจิตและส่งเสริมสมดุลชีวิตการเรียนกับชีวิตส่วนตัว (Kahu & Nelson, 2018) สอดคล้องกับงานวิจัยของอนุพงศ์ ทึ่งในธรรม สลิลาทิพย์ ทิพยไกรศร และภูวดล ศิริรังษี (2566) พบว่า ปัจจัยด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกมีบทบาทสำคัญในกระบวนการตัดสินใจของนักเรียนและผู้ปกครอง โดยเฉพาะเมื่อสภาพแวดล้อมการเรียนรู้มีผลต่อทั้งคุณภาพชีวิตและประสบการณ์ในรั้วมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและจัดสวัสดิการอย่างทั่วถึงเป็นหนึ่งในเกณฑ์สำคัญในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ความต้องการรับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยของนิสิตใหม่ พบว่า นิสิตมีความต้องการรับการสนับสนุนด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด โดยนิสิตต้องการให้มหาวิทยาลัยสนับสนุนระบบขนส่งหรือการการเดินทางที่สะดวกในการเข้า-ออกมหาวิทยาลัย อาจจะเป็นเพราะการมีระบบขนส่งและการเดินทางที่สะดวกสบายเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการเรียนรู้ของนิสิต ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางการศึกษา เสริมสร้างความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของนิสิตได้อย่างเป็นรูปธรรม (Sann & Siripipattaworn, 2024) รองลงมาคือ ด้านหลักสูตรและการจัดการจัดการศึกษา พบว่า นิสิตมีความต้องการโอกาสในการมีงานทำหลังสำเร็จการศึกษา อาจเป็นเพราะการได้งานทำช่วยสร้างเส้นทางอาชีพที่มั่นคงและโอกาสในการได้งานทำยังเป็นปัจจัยที่สะท้อนคุณภาพของมหาวิทยาลัย โดยมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงด้านการจ้างงานบัณฑิตจะมีความสามารถในการดึงดูดผู้เรียน (Cheng et al., 2022) และด้านสถาบัน พบว่า นิสิตต้องการมีสภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยที่ร่มรื่น อากาศดีและสวยงามอาจจะเป็นเพราะการที่นิสิตได้อยู่ในพื้นที่สีเขียวช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และการใช้ชีวิตของนิสิต รวมถึงเพิ่มความรู้สึกผ่อนคลายและส่งเสริมสุขภาพจิตได้อย่างชัดเจน (Thani & Salleh, 2024)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาระดับการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี ยุคดิจิทัลของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา พบว่า ปัจจัยด้านสถาบัน บุคคล และความต้องการการสนับสนุนด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกจากมหาวิทยาลัยพะเยามีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีของนิสิตใหม่มากที่สุด ดังแสดงในแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรียุคดิจิทัลของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรียุคดิจิทัลของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา จำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสถาบัน 2) ด้านบุคคล และ 3) ความต้องการการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีความสัมพันธ์กันและส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจของนักเรียนในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา โดยเฉพาะการสร้างความเชื่อมั่นต่อสถาบันการศึกษาและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนในยุคปัจจุบัน

สรุป

จากผลการศึกษาเรื่องการระดับการรับรู้ความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี ยุคดิจิทัลของนิสิตใหม่ มหาวิทยาลัยพะเยา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจของนิสิต ได้แก่ ปัจจัยด้านสถาบัน ซึ่งประกอบด้วยสภาพแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัย ความน่าเชื่อถือทางวิชาการ อุปกรณ์การเรียนการสอน และชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านบุคคล โดยเฉพาะครูแนะแนว รุ่นพี่/เพื่อน และบุคคลในครอบครัว มีบทบาทสำคัญในการชี้แนะแนวทางและสร้างแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อ ขณะเดียวกันความต้องการให้มหาวิทยาลัยสนับสนุนด้านสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นิสิตให้ความสำคัญอย่างมาก ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของผู้เรียนยุคดิจิทัลที่ไม่ได้พิจารณาเพียงคุณภาพทางวิชาการเท่านั้น หากแต่ยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ ความพร้อมของสถาบัน และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในเชิงคุณภาพ ทั้งในด้านกายภาพและการบริการ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า มหาวิทยาลัยสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในมหาวิทยาลัยให้มีความสะดวก ปลอดภัย และทันสมัย รวมถึงพัฒนาระบบการให้ทุนและสวัสดิการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนยุคใหม่

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า มหาวิทยาลัย คณะ วิทยาลัย ส่วนงาน ควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยผ่านช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา เช่น การเพิ่มบทบาทของศิษย์เก่าและนิสิตปัจจุบันในการแนะนำแนวทางการเรียนต่อรวมถึงเสริมสร้างความร่วมมือกับครูแนะแนวในโรงเรียนผ่านกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรวิเคราะห์และพัฒนากลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยว่ามีผลต่อการรับรู้และการเลือกของนิสิตมากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะการทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์และกิจกรรมแนะแนว เช่น TikTok, Facebook, Instagram และ YouTube เพื่อเผยแพร่ข้อมูลหลักสูตร สิ่งสนับสนุน และภาพลักษณ์ที่น่าสนใจของสถาบัน

2.2 ควรศึกษาบทบาทของช่องทางสื่อสารดิจิทัล เช่น เว็บไซต์มหาวิทยาลัย TikTok, Facebook, Instagram และ YouTube ว่ามีอิทธิพลต่อการรับรู้และตัดสินใจของผู้เรียนอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

ธนพัฒน์ อินทวี. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันศึกษาเพื่อเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย สถาบันเทคโนโลยีนวัตกรรมทางการศึกษาและการวิจัยแห่งสุวรรณภูมิ*, 5(1), 1-14. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jeir/article/download/247552/168384.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). สุวีริยาสาส์น.

ปฐมา อาแว และนิยาวาเฮร์ ไพบูลย์. (2562). การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2562. *รายงานวิจัยกองแผนงาน* มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

พงษ์พัชรินทร์ พุธวัฒนะ. (2564). การจัดการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนในยุคดิจิทัล, *วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้และเทคโนโลยี*, 1(2), 1-11. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JLIT/article/view/253671/171579

มหาวิทยาลัยพะเยา. (2566). ชีวิตดีดีที่ ม พะเยา. *วารสาร UP Life*, 2(3), 14-15.

รจเรข สายคำ. (2560). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตภาคเหนือล่าง. *วิจัยสถาบันมหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก.* http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/2571.

วลัยลักษณ์ พันธุรี, สังสิทธิ์ แสนฤทธิ์ และจันทร์ โกศล. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่

การศึกษามัธยมศึกษา เขต 38. *วารสารวิชาการนอร์ทเทิร์น,* 8(2), 42-52. https://so09.tci-thaijo.org/index.php/AJntc/article/view/1689/814.

สมาน อัศวภูมิ. (2565). *การศึกษาแนวใหม่: แนวคิด ทฤษฎี และการปฏิบัติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). อุบลกิจออฟเซทการพิมพ์.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *ETDA เผยโควิด-19 เป็นเหตุสังเกตได้ Gen Z ใช้เน็ตสูงสุด ปีแรก ชนะ Gen Y แชมป์ 6 สมัย*. https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx.

อนุพงศ์ ทึ่งในธรรม สลิลาทิพย์ ทิพยไกรศร และภูวดล ศิริรังษี. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าในเขตพื้นที่ EEC. *วารสาร มทร.อีสานฉบับมนุษยศาสตรและสังคมศาสตร์,* 10(2), 1-12. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/article/view/263993/180087.

Azoury, H., Daou, M., & Khoury, D. (2018). *Models of teaching.* (12th ed.). Pearson Education.

Bawica, I. M. (2021). The university internship program and its effects on students' employability readiness. *International Journal of Academe and Industry Research*, 2(3), 86-101.

Cheng, Y., Shen, Z., Gao, Y., & Chen, F. (2022). *Phase transition and remodeling complex assembly are important for SS18-SSX oncogenic activity in synovial sarcomas*. https://www.yeastgenome.org/reference/S000316518#file.

Cornell, C. (2025). *"Personalized Communication Strategies That Drive Student Engagement in Higher Education."* https://www.liaisonedu.com/resources/blog/personalized-communication-strategies-that-drive-student-engagement-in-higher-education/.

Hawkins, I. D., & Mothersbaugh, L. D. (2023). *Consumer behavior building marketing strategy* (12th ed.). McGraw-hill.

Imjai, N., Aujirapongpan, S., Jutidharabongse, J., & Usman, B. (2024). Impacts of digital connectivity on Thailand's Generation Z undergraduates' social skills and emotional intelligence. *Contemporary Educational Technology*, 16(1), ep487.

Kahu, E. R., & Nelson, K. (2018). Student engagement in the educational interface: Understanding the mechanisms of student success. *Higher education research and development*, 37(1), 58-71.

Masele, J. J., & Philemon, J. R. (2024). Assessing field practical training for skills acquisition among university business students in Tanzania: enhancing graduates' employability. *Papers in Education and Development*, 42(2).

Persada, S. F., Miraja, B. A., & Nadlifatin, R. (2019). Understanding the Generation Z Behavior on D-Learning: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Approach. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 14(5).

Sann, R., & Siripipattaworn, S. (2024). University public transportation logistics service quality and student satisfaction: empirical evidence from Thailand. *Cogent Business and Management*, 11(1), 628.

Thani, S. K. S. O., & Salleh, N. B. (2024). Exploring the restorative spaces of biophilic campus landscapes mitigating student stress. Malaysian *Journal of Sustainable Environment*, *11*(2), 233-254.

Tu, F. (2022). What can we learn from longitudinal studies on the impacts of college internships. *Center for College Workforce Transitions, University of Wisconsin Madison, January.* 11(6), 2-5.

World Economic Forum. (2020). *The Future of Jobs Report 2020*. https://www.gwp.org/en/About/more/Events-and-Calls/2020/world-economic-forum-2020/.

Yang, H., Cui, X., Dijst, M., Tian, S., Chen, J., & Huang, J. (2022). Association between natural/built campus environment and depression among Chinese undergraduates: multiscale evidence for the moderating role of socioeconomic factors after controlling for residential self-selection. *Frontiers in public health*, 10, 541.

Yangdon, K., Sherab, K., Choezom, P., Passang, S., & Deki, S. (2021). Well-Being and Academic Workload: Perceptions of Science and Technology Students. *Educational Research and Reviews*, 16(11), 418-427.

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

1. นโยบายการตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ

วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ เป็นวารสารวิชาการที่ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI รอบที่ 5 ให้เป็นวารสารที่มีคุณภาพกลุ่มที่ 1 (TCI ฐาน 1) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI จนถึง 31 ธันวาคม 2572 มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเพื่อเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการแก่นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ทางด้านสังคมศาสตร์ ในมิติสังคมศาสตร์ทั่วไป ภาษาและภาษาศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาศาสตร์กายภาพ (ภูมิศาสตร์ ภูมิสังคม สังคมสิ่งแวดล้อม ภูมิประวัติศาสตร์) จิตวิทยาการศึกษา ธุรกิจ การจัดการและการบัญชี การจัดการการท่องเที่ยว สันทนาการและการบริการ ทุกบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อย 3 ท่าน จากหลายหลายสถาบัน เปิดรับบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยรับพิจารณาตีพิมพ์ต้นฉบับของบุคคลทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย กำหนดออกวารสารปีละ 3 ฉบับ (ราย 4 เดือน) ผลงานที่ส่งมาจะต้องไม่เคยเสนอหรือกำลังเสนอตีพิมพ์ ในวารสารวิชาการใดมาก่อน

2. ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ

1) บทความพิเศษ (Special Articles) บทความพิเศษทางวิชาการที่นำเสนอองค์ความรู้ทางวิชาการอย่างเข้มข้น และผ่านการอ่านและพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักวิชาการในวงการวิชาการหรือวิชาชีพ

2) บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความที่เขียนขึ้นในลักษณะวิเคราะห์วิจารณ์ หรือเสนอแนวคิดใหม่ จากพื้นฐานทางวิชาการที่ได้เรียบเรียงจากผลงานทางวิชาการของตนเองหรือของผู้อื่น หรือเป็นบทความทางวิชาการที่เขียนขึ้นเพื่อเป็นความรู้ที่มีประโยชน์แก่คนทั่วไป

3) บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่มีการค้นคว้าอย่างมีระบบ และมีความมุ่งหมายชัดเจน เพื่อให้ได้ข้อมูลหรือหลักการบางอย่างที่จะนำไปสู่ความก้าวหน้า หรือการนำวิชาการ มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ บทความวิจัยมีรูปแบบของการวิจัยตามหลักวิชาการ เช่น มีการตั้งสมมติฐานหรือมีการกำหนดปัญหาที่ชัดเจน สมเหตุสมผล โดยจะต้องระบุวัตถุประสงค์ที่เด่นชัด มีการรวบรวมข้อมูล พิจารณาวิเคราะห์ ตีความ และสรุปผลการวิจัยที่สามารถให้คำตอบหรือบรรลุวัตถุประสงค์

4) บทความปริทรรศน์ (Review Article) เป็นบทความที่รวบรวมความรู้จากตำรา หนังสือและวารสารใหม่ หรือจากประสบการณ์ของผู้นิพนธ์มาเรียบเรียงขึ้น

5) ปกิณกะ (Miscellany) ได้แก่ บทความทบทวนความรู้ เรื่องแปลย่อความจากวารสารต่างประเทศ การแสดงความคิดเห็น วิจารณ์ แนะนำเครื่องมือใหม่ ตำราหรือหนังสือใหม่ที่น่าสนใจ หรือข่าวการประชุมทั้งระดับชาติและนานาชาติ

3. รูปแบบของการจัดเตรียมต้นฉบับ

1) ต้นฉบับบทความต้องมีความยาว 8-15 หน้ากระดาษ A 4 (รวมเอกสารอ้างอิง) พิมพ์บนกระดาษหน้าเดียว ใช้ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK เท่านั้น ตั้งค่าหน้ากระดาษโดยเว้นขอบบน

ขอบซ้าย 1.38 นิ้ว (3.51 cm.) และขอบขวา ขอบล่าง 1 นิ้ว (2.54 cm.) กำหนดระยะห่างระหว่างบรรทัด เท่ากับ 1 และเว้นบรรทัดระหว่างแต่ละย่อหน้า การนำเสนอตารางต้องนำเสนอตารางที่มีความคมชัดพร้อมระบุหมายเลขกำกับตารางไว้ด้านบน ส่วนการนำเสนอรูปภาพหรือแผนภาพระบุหมายเลขกำกับไว้ด้านล่าง พิมพ์เป็นตัวหนา เช่น **ตารางที่ 1** หรือ **Table 1 รูปที่ 1** หรือ **Figure 1** และ**แผนภาพที่ 1** รูปภาพหรือแผนภาพที่นำเสนอต้องมีรายละเอียดของข้อมูลครบถ้วนและเข้าใจได้โดยไม่จำเป็นต้องกลับไปอ่านที่เนื้อความอีก ลำดับของรูปภาพทุกรูปให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่อยู่ในต้นฉบับ โดยคำอธิบายต้องกระชับและสอดคล้องกับรูปภาพที่นำเสนอ

2) ชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษพิมพ์ไว้หน้าแรกตรงกลางหน้ากระดาษ

3) ชื่อผู้เขียน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จัดรูปแบบตามแบบของวารสาร พร้อมระบุหน่วยงานต้นสังกัดของผู้เขียน และ E-mail ที่สามารถติดต่อได้

4) มีบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรอยู่ระหว่าง 250-300 คำ ต่อบทคัดย่อ

5) กำหนดคำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 3-5 คำ

6) การเรียงหัวข้อ หัวข้อใหญ่สุด ให้พิมพ์ชิดขอบด้านซ้าย หัวข้อย่อยเว้นหัวข้อใหญ่ 3-5 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 6 และหัวข้อย่อยขนาดเดียวกันต้องพิมพ์ให้ตรงกัน เมื่อขึ้นหัวข้อใหญ่ควรเว้นระยะพิมพ์เพิ่มอีก 0.5 ช่วงบรรทัด

7) การใช้ตัวเลขคำย่อ และวงเล็บ ควรใช้ตัวเลขอารบิกทั้งหมด ใช้คำย่อที่เป็นสากลเท่านั้น (ระบุคำเต็มไว้ในครั้งแรก) การวงเล็บภาษาอังกฤษควรใช้ดังนี้ (Student Centred Learning)

บทความวิจัย ให้เรียงลำดับสาระนี้ ดังนี้

1) บทคัดย่อ (Abstract) เสนอวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย และผลการวิจัย โดยสรุปมีความกะทัดรัด สั้น กระชับ และครอบคลุม

2) บทนำ (Introduction) ระบุความสำคัญของปัญหาการวิจัย

3) วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives) ระบุวัตถุประสงค์การวิจัย

4) การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) อธิบายถึงผลการสืบค้นเอกสาร บทความ การวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงให้เห็นถึง “ช่องว่างของความรู้” (knowledge gap) ที่ยังไม่ถูกพิจารณา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้สามารถเติมเต็มช่องว่างของความรู้นั้นได้ การทบทวนวรรณกรรมต้องมีการอ้างอิงอย่างครบถ้วน รวมทั้งควรมีการวิเคราะห์และจัดระบบความสัมพันธ์ของวรรณกรรมเหล่านั้นด้วย

5) กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) แสดงถึงแนวคิดสำคัญ หลักการสำคัญ ที่กำหนดขึ้นจากการประมวลมาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอเป็นแผนภาพที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา

6) วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) ระบุแบบแผนการวิจัย การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง และการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

7) ผลการวิจัย (Results) เสนอผลที่พบตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับอย่างชัดเจน ควรเสนอในรูปตารางหรือแผนภูมิ

8) อภิปรายผล (Discussion) เสนอเป็นความเรียง ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของผลการวิจัยกับกรอบแนวคิดและงานวิจัยที่ผ่านมา ไม่ควรอภิปรายเป็นข้อ ๆ ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด

9) องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย (Body of Knowledge) ระบุข้อค้นพบที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากผลการวิจัย

10) สรุป (Conclusions) สรุปในภาพรวมของบทความ โดยนำเสนอประเด็นสำคัญผลการวิจัย และแสดงผลลัพธ์ว่าผลการวิจัยความสำคัญอย่างไร สามารถนำไปใช้อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป

11) ข้อเสนอแนะ (Suggestion) ระบุข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

12) เอกสารอ้างอิง (References) ต้องเป็นรายการที่มีการอ้างอิงไว้ในเนื้อหาของบทความเท่านั้น (ใช้ระบบ APA 6th)

บทความพิเศษ บทความวิชาการ บทความปริทรรศน์ ปกิณกะ บทความวิจารณ์หนังสือ ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

1) บทคัดย่อ (Abstract) สรุปประเด็นเนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญ เน้นประเด็นสำคัญของงานที่ต้องการนำเสนอ โดยเขียนให้สั้น กระชับ มีความยาวไม่เกิน 250-300 คำ โดยบทคัดย่ออาจจะประกอบด้วยเนื้อหาสามส่วน คือ เกริ่นนำถึงวัตถุประสงค์ สิ่งที่ทำ (วิธีในการศึกษา) สรุปผลสำคัญที่ได้ ซึ่งอ่านแล้วต้องเห็นภาพรวมทั้งหมดของงาน

2) บทนำ (Introduction) เป็นการกล่าวนำโดยอาศัยการปริทรรศน์ (review) และต้องมีการอ้างอิงที่มาของข้อมูลตามรูปแบบที่วารสารกำหนด

3) เนื้อเรื่อง (Content) แสดงสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ

4) สรุป (Conclusion) สรุปโดยเลือกประเด็นสำคัญของบทความมาเขียนรวมกันไว้อย่างสั้น ๆ ซึ่งอาจใช้วิธีการบอกผลลัพธ์ว่าสิ่งที่กล่าวมามีความสำคัญอย่างไร สามารถนำไปใช้อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป หรืออาจใช้วิธีการตั้งคำถามหรือให้ประเด็นทิ้งท้ายกระตุ้นให้ผู้อ่านไปสืบเสาะแสวงหาความรู้ หรือคิดค้นพัฒนาเรื่องนั้นต่อไป

5) องค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ (Body of Knowledge) ระบุองค์ความรู้อันเป็นผลมาจากประเด็นที่ศึกษา การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ เข้าใจง่าย

6) เอกสารอ้างอิง (Reference) ต้องเป็นรายการที่มีการอ้างอิงไว้ในเนื้อหาของบทความเท่านั้น (ใช้ระบบ APA 7th)

ระบบการอ้างอิงและเอกสารอ้างอิงทางวิชาการ

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือ หรือข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้เขียนบทความต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด ก่อนส่งต้นฉบับผู้เขียนบทความควรตรวจสอบถึงความถูกต้องของการอ้างอิงเอกสารเพื่อป้องกันความล่าช้าในการตีพิมพ์บทความ เนื่องจากบทความที่มีการอ้างอิงไม่ถูกต้องจะไม่ได้รับการส่งต่อเพื่อพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จนกว่าการอ้างอิงเอกสารได้รับการแก้ไขให้ถูกต้อง

การอ้างอิงในเนื้อหาบทความ

รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อเรื่องและท้ายเล่มใช้**วิธีการอ้างอิงระบบนาม–ปี ตามรูปแบบของ American Psychological Association (APA 7th Edition)** ให้ใช้ระบบตัวอักษรโดยใช้วงเล็บเปิด-ปิด แล้วระบุชื่อ-นามสกุล ของผู้เขียนและเลขหน้าของเอกสารที่นำมาอ้างอิง กำกับท้ายเนื้อความที่ใช้อ้างอิง เอกสารที่อ้างอิงในบทความจะต้องปรากฏในเอกสารอ้างอิง บทความทุกรายการและเจ้าของบทความต้องรับผิดชอบถึงความถูกต้องของเอกสารที่นำมาอ้างอิงทั้งหมด โดยรูปแบบของการอ้างอิงเอกสาร มีดังนี้

อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย

1) ผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างชื่อผู้แต่งเครื่องหมายจุลภาค (,) และตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (ธนู ทดแทนคุณ, 2568)

2) ผู้แต่งสองรายให้อ้างชื่อของผู้แต่งสองรายเครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (จิดาภา เร่งมีศรีสุข และชนิดาภา กระแจะจันทร์, 2566) หากมีเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 รายการ ให้ใช้เครื่องหมายอัฒภาค (;) คั่นระหว่างรายการอ้างอิง เช่น (สัมพันธ์ สุกใส, 2563; สมพงษ์ พิพัฒน์เอกสกุล, 2565)

3) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 ราย ให้อ้างชื่อของผู้แต่งรายแรกเว้นวรรคหนึ่งครั้งเพิ่มคำว่า และคณะ เช่น (จิดาภา เร่งมีศรีสุข และคณะ, 2567)

4) ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่งเช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ

1) ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งราย ให้ขึ้นต้นด้วยชื่อสกุล ตามด้วยตัวอักษรย่อชื่อต้น โดย เว้น 1 ระยะ และ อักษรย่อชื่อกลาง (ถ้ามี) ทั้งนี้การกลับชื่อสกุลให้ใช้ตามความนิยมของคนในชาตินั้น โดยใช้เครื่องหมายจุลภาค คั่นระหว่างชื่อสกุลและอักษรย่อชื่อต้น อักษรย่อชื่อกลาง หากกรณีที่ผู้แต่งมีคำต่อท้าย เช่น Jr. หรือคำอื่น ๆ ให้ใส่คำดังกล่าวต่อท้ายอักษรย่อชื่อต้นหรืออักษรย่อชื่อต้น (ถ้ามี) โดยคั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค และตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (Hanegraaff, W., 2003)

2) ถ้ามีผู้แต่งสองราย ให้อ้างให้ขึ้นต้นด้วยชื่อสกุล ตามด้วยตัวอักษรย่อชื่อต้น และใช้เครื่องหมาย “&” ระหว่างคนที่ 1 และคนที่ 2 โดยเว้น 1 ระยะ ก่อนและหลัง ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค และปีที่พิมพ์ เช่น (Cadigan, J. & Shupp, R., 2000) และให้ใช้เครื่องหมาย อัฒภาค (;) คั่นกลางระหว่างเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 เอกสาร เช่น (Cadigan, J., 2013; Hanegraaff, W., 2003)

3) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 ราย ให้ขึ้นต้นด้วยชื่อสกุล ตามด้วยตัวอักษรย่อชื่อต้น ของผู้แต่งรายแรกตามด้วย et al, และปีที่พิมพ์ (Hanegraaff, W. et al., 2008)

4) ให้เรียงลำดับการอ้างอิงชื่อผู้แต่งตามลำดับพยัญชนะภาษาอังกฤษ (A-Z)

เอกสารอ้างอิง

(1) หนังสือ

รูปแบบ :

ไทย ชื่อ/สกุล./(ปีพิมพ์)./*ชื่อเรื่อง*/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์.

อังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ.,/&/สกุล,/ชื่อ./(ปีพิมพ์)./*ชื่อเรื่อง*/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง :

จิดาภา เร่งมีศรีสุข. (2561). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). เอ็น เค การพิมพ์.

Budynas R. G., & Nisbett K. J. (2014). *Shigley's mechanical engineering design* (7th ed.). McGraw-Hill.

อารยา ปรีชาสถิตย์, ธัญญาพร สวัสดิ์ผล, วรวิทย์ ศรีโสภณ, ปรีชา จิตต์เกษม และธวัชชัย ศรีประเสริฐ. (2565). *จิตวิทยาการพัฒนาบุคลิกภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

(2) หนังสือแปล

รูปแบบ :

ไทย สกุล,/อักษรย่อชื่อ./(ปีพิมพ์)./*ชื่อเรื่องภาษาต้นฉบับ*/[ชื่อหนังสือภาษาไทย]/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์.

อังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ./(ปีพิมพ์)./*ชื่อเรื่องภาษาต้นฉบับ*/[ชื่อหนังสือภาษาอังกฤษ]/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง:

ซาโตรุ, ไคเซ็น. (2557). *The book of Shinto* [ชินโต จิตวิญญาณแห่งชินโต] (พิมพ์ครั้งที่ 5). มารีพับลิชชิ่ง.

Piaget, J. (1950). *La construction du réel chez l'enfant* [The child's construction of reality]. Neuchâtel, Delachaux, & Niestlé.

(3) บทในหนังสือ

รูปแบบ :

ไทย ชื่อ/สกุล./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทหรือชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บ.ก.),/*ชื่อหนังสือ*/(น./เลขหน้า)./สำนักพิมพ์.

อังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ./(ปีพิมพ์)./ชื่อบทหรือชื่อบทความ./In/ชื่อบรรณาธิการ/Ed. หรือ Eds.),/*ชื่อหนังสือ*/(pp./เลขหน้า)./สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง:

วาสนา ศรีปรัชญาอนันต์ และปัณฑิตา จันทร์อร่าม. (2564). ถ่างหรือถมความเหลื่อมล้ำ ประเทศไทยอยู่ตรงไหนในทักษะศตวรรษที่ 21. ใน ทิพย์พิมล เกียรติวาทีรัตนะ(บ.ก.), *ใต้พรมแห่งความดีงาม* (น. 31-43). ภาพพิมพ์.

Smith, J. A. (2020). Cognitive behavioral therapy methods. In R. T. Johnson & K. L. Brown (Eds.), *Handbook of clinical psychology* (pp. 45–78). Academic Press.

(4) บทความในวารสาร

รูปแบบ :

ไทย ชื่อ/สกุล./(ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./*ชื่อวารสาร,/ปีที่*(ฉบับที่),/เลขหน้า./URL

อังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ./(ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./*ชื่อวารสาร,/ปีที่*(ฉบับที่),/เลขหน้า./DOI

ตัวอย่าง:

รามณรงค์ นิลกำแหง และกันฑิมาลย์ จินดาประเสริฐ. (2566). ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย หลังยุควิกฤตโควิด-19. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ, 5*(2), 462-476. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/264268

Boonroungrut, C., Muangkaew, K., Phoyen, K., Vechpong, T., Punyakitphokin, W., Khawda, G., Nantachai, G., Eiamnate, N., Worakul, P., M'manga, C., & Saroinsong, W. P. (2024). Visualising the scientific landscape of global research in self-compassion: A bibliometric analysis. *Knowledge Management & E-Learning, 16*(1), 186–207. https://doi.org/10.34105/j.kmel.2024.16.009

(5) รายงานการประชุมเชิงวิชาการ

รูปแบบ :

ไทย ชื่อ/สกุล./(ปี)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บ.ก.),/*ชื่อหัวข้อการประชุม./ชื่อการประชุม*/(น./เลขหน้า)./ฐานข้อมูล.

อังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ./(ปี)./ชื่อเรื่อง./In/ชื่อบรรณาธิการ/(Ed. หรือ Eds.),/*ชื่อหัวข้อการประชุม./ชื่อการประชุม*/(pp./เลขหน้า)./ฐานข้อมูล.

ตัวอย่าง:

พัชราภา ตันติชูเวช. (2553). การศึกษาทั่วไปกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ในประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ศึกษาโดยเปรียบเทียบกับประเทศไทย. ใน ศิริชัย กาญจนวาสี (บ.ก.), *การขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษาไทย. การประชุมวิชาการและเผยแพร่ผลงานวิจัยระดับชาติ* (น. 97-102). คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Roberts, J. M. (2022). Machine learning applications in healthcare. In K. L. Brown & P. A. Smith (Eds.), *Advances in medical technology. Proceedings of the 15th International Conference on Health Science* (pp. 105–120). SpringerLink.

(6) รายงาน

รูปแบบ :

ไทย ชื่อหน่วยงาน./(ปีที่เผยแพร่)./*ชื่อเรื่อง./*สำนักพิมพ์./URL

อังกฤษ ชื่อหน่วยงาน./(ปีที่เผยแพร่)./*ชื่อเรื่อง./*สำนักพิมพ์./URL

ตัวอย่าง:

กระทรวงสาธารณสุข. (2564). *รายงานสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในประเทศไทย*. กระทรวงสาธารณสุข. https://www.moph.go.th/covid19/report

World Health Organization. (2020). *Global tuberculosis report 2020*. World Health Organization. https://www.who.int/tb/publications/global_report/en/

(7) สารนิพนธ์/ วิทยานิพนธ์/ ดุษฎีนิพนธ์

รูปแบบ *:*

ไทย ชื่อ/สกุล./(ปีที่เผยแพร่)./*ชื่อวิทยานิพนธ์*/[วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต,/ชื่อมหาวิทยาลัย]./ชื่อเว็บไซต์./URL

อังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ./(ปีที่เผยแพร่)./*ชื่อวิทยานิพนธ์*/[Doctoral dissertation หรือ Master's thesis,/ชื่อมหาวิทยาลัย]./ชื่อเว็บไซต์./URL

ตัวอย่าง:

พิไลพร ธรรมรักษ์. (2553). *การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในการทำตาลโตนด : ศึกษากรณีหมู่ 6 บ้านดงห้วยหลวง ตำบลบ้านทาน อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี* [วิทยานิพนธปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/19645

Ata, A. (2015). *Factor effecting teacher-child communication skill & self-efficacy beliefs: An investigation on preschool teachers* [Master's thesis, Middle East Technical University]. Middle East Technical University Library. http://etd.lib.metu.edu.tr/upload/12619101/index.pdf

(8) เอกสารประกอบการสอน

รูปแบบ *:*

ไทย ชื่อ/สกุล./(ปี)./*ชื่อเอกสาร*/[เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]./คณะ,/มหาวิทยาลัย.

อังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อ./(ปี)./*ชื่อเอกสาร*/[Unpublished manuscript]./คณะ,/มหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง *:*

นภัทร์ แก้วนาค. (2555). *เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล (Qualitative Data Analysis Technic)* [เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

Blackwell, E., & Conrod, P. J. (2003). *A five-dimensional measure of drinking motives* [Unpublished manuscript]. Department of Psychology, University of British Columbia.

(9) เอกสารที่สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต

รูปแบบ :

ไทย ชื่อ/สกุลผู้เขียน./(ปี,/วัน/เดือนที่เผยแพร่)./*ชื่อบทความ*./ชื่อเว็บไซต์./URL

อังกฤษ สกุล,/อักษรย่อชื่อผู้เขียน./(ปี,/เดือน/วันที่เผยแพร่)./*ชื่อบทความ*./ชื่อเว็บไซต์./URL

ตัวอย่าง :

เอกราช ศุภวิชากิจ. (2567, 27 ตุลาคม). *สัญญาณอันตรายหากกระจายพอร์ตการลงทุนมากเกินไป.* ไทยรัฐออนไลน์. https://www.thairath.co.th/money/experts_pool/columnist/2822145

Baker, S. J. (2021, October 15). *The evolution of digital marketing strategies.* Digital Marketer Insights. https://www.digitalmarketerinsights.com/evolution-digital-marketing

(10) ราชกิจจานุเบกษา

รูปแบบ :

ไทย ชื่อกฎหมาย./(ปี,/วัน/เดือน)./*ราชกิจจานุเบกษา*./เล่ม/เลขเล่ม/ตอนที่/เลขตอน.หน้า/เลขหน้า.

ตัวอย่าง :

ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2548. (2548, 25 พฤษภาคม*). ราชกิจจานุเบกษา.* เล่ม 122 ตอนพิเศษ 39 ง. หน้า 14–23.

พระราชบัญญัติกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา พ.ศ. 2561. (2561, 13 พฤษภาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 135 ตอนที่ 33 ก. หน้า 1–18.

พระราชบัญญัติประถมศึกษา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2505. (2505, 27 กรกฎาคม). *ราชกิจจานุเบกษา* (ฉบับพิเศษ). เล่ม 79 ตอนที่ 67. หน้า 24–31.

4. หลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับบทความเพื่อได้รับการตีพิมพ์

ส่งผ่านระบบออนไลน์ของวารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ (THAIJO) โดยสมัครสมาชิก และส่งบทความผ่านระบบได้ที่ https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/index

5. ขั้นตอนการนำบทความลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ

ต้นฉบับบทความที่เสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์เอกสาร *.docx ของ Microsoft Word Version 2010 หรือมากกว่า หากต้นฉบับประกอบด้วยภาพ ตาราง หรือสมการให้ส่งแยกจากไฟล์เอกสาร รูปแบบไฟล์ภาพในสกุล *.PDF*.JPG*.GIF หรือ *bmp. ความยาวของต้นฉบับต้องไม่เกิน 15 หน้า (รวมบทคัดย่อ ภาพ ตาราง และเอกสารอ้างอิง) กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณาจะส่งกลับไปแก้ไขถ้าผ่านจะเข้าสู่การพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อผลการประเมินผ่านหรือไม่ผ่าน หรือมีการแก้ไขจะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ โดยการพิจารณาบทความเพื่อลงตีพิมพ์ได้จะคำนึงถึงความหลากหลายและความเหมาะสม

6. สิทธิของบรรณาธิการ

ในกรณีที่กองบรรณาธิการหรือผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งได้รับเชิญให้เป็นผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจประเมินบทความมีความเห็นว่าควรแก้ไข กองบรรณาธิการจะส่งคืน เพื่อให้เจ้าของบทความแก้ไข โดยจะยึดถือข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้ตรวจประเมินเป็นเกณฑ์หลัก และสงวนสิทธิ์ที่จะพิจารณาไม่ตีพิมพ์

ในกรณีที่รายงานการวิจัย บทความทางวิชาการ หรือบทความวิจัย ไม่ตรงกับแนวทางของวารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ หรือไม่ผ่านการพิจารณาของกองบรรณาธิการหรือผู้เชี่ยวชาญ เมื่อบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ผู้เขียนจะได้รับวารบทความลงตีพิมพ์ผลงาน จำนวน 1 ฉบับ พร้อมกับหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความในวารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ

ชื่อบทความ (ไทย) *(20 pt)*
ชื่อบทความ (อังกฤษ) *(ตัวพิมพ์ใหญ่: 18 pt)*

บทความวิจัย

ชื่อ-นามสกุล ผู้เขียนบทความ (ไทย) (14 pt)
ชื่อ-นามสกุล ผู้เขียนบทความ (อังกฤษ) (12 pt)
หน่วยงานต้นสังกัด (ไทย) (14 pt)
หน่วยงานต้นสังกัด (อังกฤษ) (12 pt)
E-mail: (12 pt), เบอร์โทรศัพท์ (มือถือ), ID Line
Received เดือน วัน, ปี; **Revised** เดือน วัน, ปี; **Accepted** เดือน วัน, ปี

บทคัดย่อ *(250-300 คำ)*

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1)..... 2)..... และ 3) ..... การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย..... เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ..... สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ..... ผลการวิจัยพบว่า

1).....
.....

2).....
.....

3) .....
.....

คำสำคัญ: ....., ..., ... (3-5 คำ)

Abstract *(250-300 words)*

This Article aimed to study 1) ..... 2) ..... and 3) ..... the sample was..... They was selected by ..... the instrument for collecting data was ..... Analysis data by Descriptive statistics and Content Analysis. The research results were found as follows;

1).....
.....

2).....
.....

3) .....
.....

Keywords: ....., ..., ... (3-5 words)

บทนำ

ย่อหน้าแรก เขียนอธิบายประเด็นวิจัย ปรากฏการณ์ ความน่าสนใจ ความสำคัญ โดยนำข้อมูลงานวิจัยที่ตีพิมพ์เพื่อที่จะบ่งชี้สถานการณ์ปัจจุบันขององค์ความรู้ (knowledge) หรือการทำงานของนักปฏิบัติ (practice) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมาพอสังเขปเพื่อชี้ให้เห็นว่าที่ผ่านมามีการค้นพบอะไรบ้างและค้นพบโดยใครบ้างเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการนำเสนอให้เห็นว่ายังมีช่องว่าง (gap) ของงานวิจัย (อ้างข้อมูลตัวเลขจากหน่วยงานราชการ/บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ 1-2 ปี/เจ้าของทฤษฎี)

ย่อหน้าที่สอง พื้นที่วิจัย ปัญหา ความต้องการ หรือลักษณะกลุ่มที่เป็นเป้าหมายของการวิจัยเป็นอย่างไร นักวิจัยได้มีประสบการณ์หรือมีส่วนร่วมในพื้นที่นั้นอย่างไรบ้าง มีงานวิจัยที่เกี่ยวกับพื้นที่กลุ่มเป้าหมายอย่างไร

ย่อหน้าที่สาม เขียนแนะนำวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของงานวิจัยซึ่งจะเป็นเหมือนเข็มทิศบอกแนวทางการทำวิจัย [how?, where?, when?] นักวิจัยชี้ให้เห็นระเบียบวิธีวิจัยที่จะใช้เพื่อทำให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยที่วางไว้พอสังเขป

บทความวิจัยนี้นำเสนอ ..... (โครงสร้าง และเนื้อหาของบทความที่จะนำเสนอ โดยปกติจะเขียนตามวัตถุประสงค์ หรือประเด็นตามหัวข้อบทความ และประโยชน์ที่จะเกิดแก่วงวิชาการหรือสังคม)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษา.....
2. เพื่อศึกษา .....
3. เพื่อศึกษา .....

การทบทวนวรรณกรรม

เขียนควรอธิบายถึงผลการสืบค้นเอกสาร บทความ การวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงให้เห็นถึง “ช่องว่างของความรู้” (knowledge gap) ที่ยังไม่ถูกพิจารณา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้สามารถเติมเต็มช่องว่างของความรู้นั้นได้ การทบทวนวรรณกรรมต้องมีการอ้างอิงอย่างครบถ้วน รวมทั้งควรมีการวิเคราะห์และจัดระบบความสัมพันธ์ของวรรณกรรมเหล่านั้นด้วย

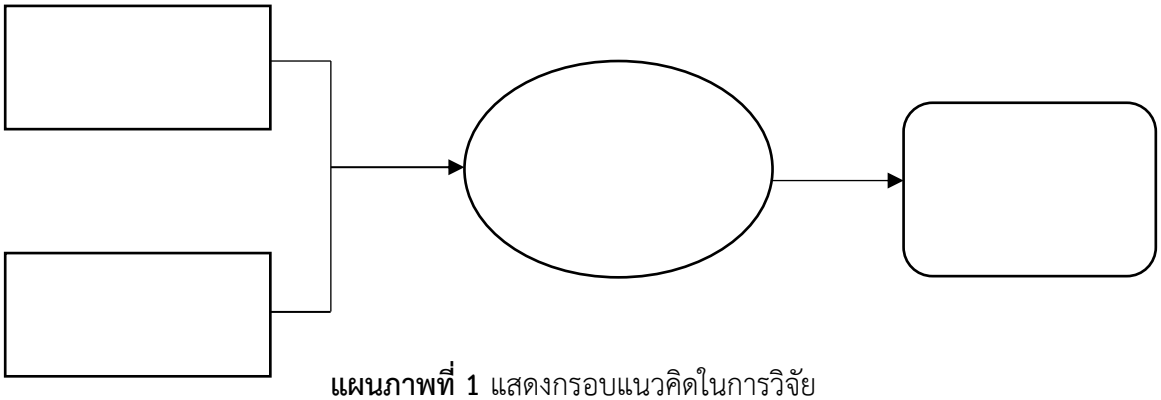
4. .....
5. .....
6. .....

(สรุปผลการทบทวนวรรณกรรม เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้เขียนนำเอาทฤษฎี /แนวคิดที่ทบทวนมาใช้ในการวิจัยอย่างไร ในประเด็นไหน)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิง ..... ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีของ ..... ประกอบด้วย ..... โดยมีรายละเอียดดังนี้

เขียนตัวแปรอิสระ กระบวนการ/เครื่องมือ/พื้นที่/กลุ่มเป้าหมาย ตัวแปรตาม



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

<u>วิธีการเขียนแบบที่ 1</u>

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัย (เชิงปริมาณ/เชิงคุณภาพ/ผสานวิธี) พื้นที่วิจัย คือ .....ประชากร คือ ..... จำนวน ..... คน (อ้างอิง) กลุ่มตัวอย่าง คือ ..... จำนวน .... คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบ.....*(อธิบายการคัดเลือกอย่างละเอียด)* เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี ..... ชนิด ได้แก่ 1) แบบสอบถาม *(อธิบายลักษณะ องค์ประกอบ และสร้างตามแนวคิดของใคร ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย)* ใช้ศึกษา..... 2) แบบสัมภาษณ์ (อธิบายลักษณะองค์ประกอบ และสร้างตามแนวคิดของใคร ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย) ใช้ศึกษา ..... 3) แนวทางการสนทนากลุ่ม (ประเด็นการสนทนา องค์ประกอบและสร้างตามแนวคิดของใคร) รวบรวมข้อมูลโดย ..... ระหว่างเดือน ..... ถึงเดือน ..... พ.ศ. ..... นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ด้วยสถิติ.....*(สถิติพื้นฐาน/สถิติอ้างอิง สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ)* ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิจัยเอกสาร วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

<u>วิธีการเขียนแบบที่ 2</u>

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัย (เชิงปริมาณ/เชิงคุณภาพ/ผสานวิธี) พื้นที่วิจัย คือ ..... โดยมีการแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ขั้น ตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพการณ์การประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่

(กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือ ลักษณะของเครื่องมือ คุณภาพของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้)

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในจังหวัดเชียงใหม่

(กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือ ลักษณะของเครื่องมือ คุณภาพของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้)

ขั้นตอนที่ 3 การเพิ่มศักยภาพและโอกาสทางธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในจังหวัดเชียงใหม่

(กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือ ลักษณะของเครื่องมือ คุณภาพของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้)

<u>วิธีการเขียนแบบที่ 3</u>

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย..... โดยใช้วิธีการ..... ดังนี้

1) การศึกษาในเชิง..... หนังสือ รายงานการวิจัย รายงานการประชุม ภาพถ่าย เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึง.....ดังนี้

(1) .....

(2) .....

(3) .....

ฯลฯ

2) การศึกษาในภาคสนาม (Field Study) เพื่อทราบถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบความสัมพันธ์ กระบวนการสร้าง ..... ทั้งในระดับนโยบาย ประชาชน ชุมชน องค์กร/สถาบันการศึกษา ในพื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

(1) ทำการศึกษาและคัดเลือกองค์กร ชุมชน องค์กรนโยบายในประเทศ โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามความสำคัญของเรื่อง คือ .....เกี่ยวกับกระบวนการ.....

(2) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับ

.....

.....

(3) ดำเนินการศึกษาวิเคราะห์แนวคิด รูปแบบ การจัดการ และแนวทางการพัฒนาความสัมพันธ์ การประยุกต์ใช้องค์ความรู้ และกระบวนการบริหารจัดการเกี่ยวกับ..... ในลักษณะของการวิเคราะห์เชิงลึก โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการศึกษาวิจัย

(4) สรุปและนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ทั้งจากการศึกษาในเชิงเอกสารและภาคสนาม โดยนำมาวิเคราะห์ตามประเด็นที่สำคัญ คือแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ กระบวนการ.....ทั้งนี้ เน้นการนำผลการศึกษาวิจัยมาเผยแพร่ให้ ..... และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของในระดับประเทศได้รับทราบ

(5) วิเคราะห์รูปแบบและแนวทางการ.....

.....

(6) สรุปผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ

3) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ..... มีคุณสมบัติดังนี้

1) เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ.....

2) มีประสบการณ์ในการทำงานด้าน.....อย่างน้อย 5 ปี

3) มีการศึกษาและทำงานวิจัยด้าน.....อย่างต่อเนื่อง

4) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา..... มีอะไรบ้าง มีกระบวนการอย่างไร

5) การเก็บรวบรวมข้อมูล .....

6) การวิเคราะห์ข้อมูล .....

7) การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย .....

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตารางที่ 1 แสดง.....

หัวข้อที่ 1	**หัวข้อที่ 2**	**หัวข้อที่ 3**
.....	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....
โดยรวม		**.....**

จากตารางที่ 1 .....

.....

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า.....

.....

.....



ภาพที่ 1 แสดง.....

จากภาพที่ 1 .....
.....

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า.....
.....
.....
.....
.....

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า .....
.....ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ.....
..... ซึ่งสอดคล้องกับ (เอกสารสนับสนุน : อ้างอิงผลการวิจัย/แนวคิด/ทฤษฎี).....
.....
.....
.....
.....

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า .....
.....ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ.....
..... ซึ่งสอดคล้องกับ (เอกสารสนับสนุน : อ้างอิงผลการวิจัย/แนวคิด/ทฤษฎี).....
.....
.....
.....
.....

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า .....
.....ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ.....

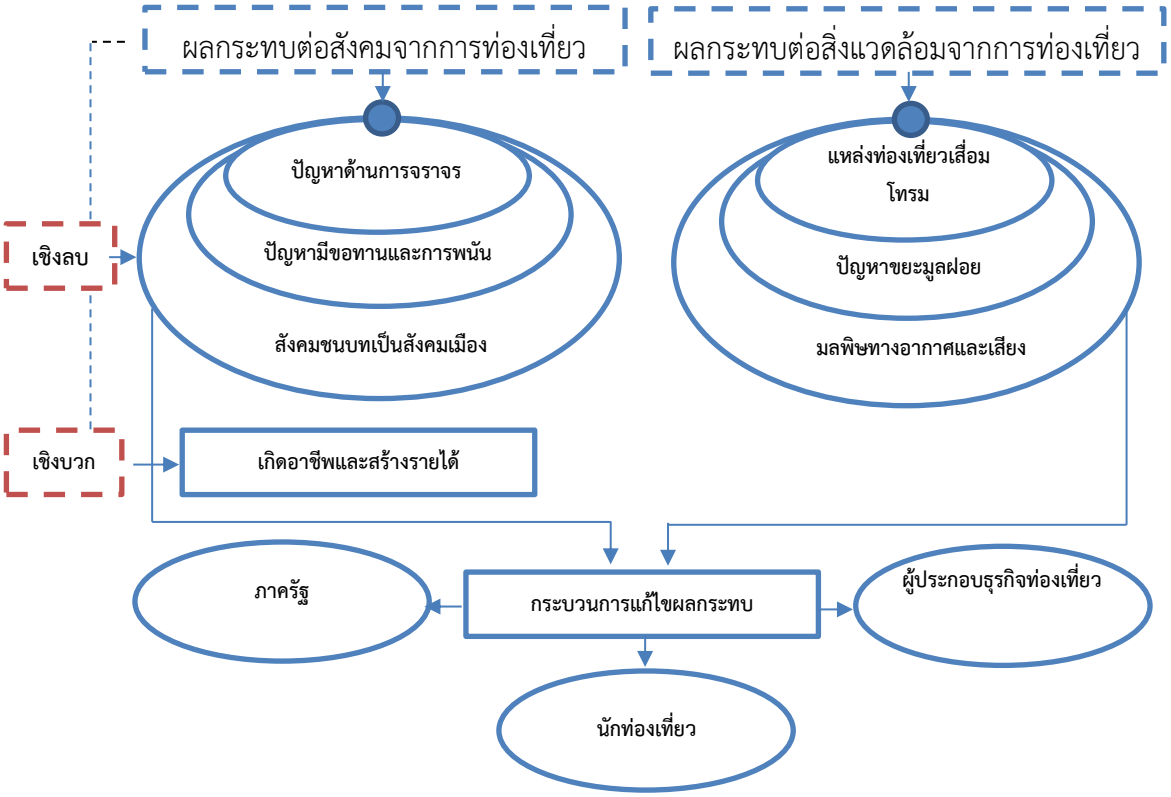
..... ซึ่งสอดคล้องกับ (เอกสารสนับสนุน : อ้างอิงผลการวิจัย/แนวคิด/ทฤษฎี).....
.....
.....
.....
.....

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ระบุองค์ความรู้อันเป็นผลมาจากการวิจัย การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ เข้าใจง่าย.....
.....
.....
.....
.....

ตัวอย่าง: การเขียนองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาผลกระทบทางสังคมของประชาชนจากการจัดการท่องเที่ยวสมัยใหม่ กรณีศึกษาอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงผลกระทบทางสังคมของประชาชนจากการจัดการท่องเที่ยวสมัยใหม่

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยผลกระทบทางสังคมที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาด้านการจราจร ปัญหามีขอทานและการพนัน และสังคมชนบทเป็นสังคมเมือง ส่วนผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม ปัญหาขยะมูลฝอย และปัญหามลพิษทางอากาศและเสียง แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวยังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมในภาพรวมโดยเฉพาะการก่อให้เกิดอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ ดังนั้นการกำหนดมาตรการหรือแนวทางการแก้ไขผลกระทบให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวสมัยใหม่ จึงเป็นหน้าที่ของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว ที่ต้องกำหนดมาตรการเพื่อนำสู่การปฏิบัติร่วมกัน เพื่อสร้างความตระหนักและรักษาไว้ซึ่งมรดกอันล้ำค่าของโลก สู่การพึ่งพาอาศัยกันระหว่างมรดกทรัพยากรและการดำรงอยู่ของคนในสังคมอย่างสมดุลและยั่งยืน

สรุป

สรุปในภาพรวมของบทความ .....
.....
.....
.....
.....

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ..... ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้.....

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ..... ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้.....

1.3 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ..... ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้.....

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ (องค์ความรู้) ..... ที่สำคัญ คือ ..... สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ ..... โดยควรให้ความสำคัญกับ ..... สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ .....

เอกสารอ้างอิง (ตัวอย่าง)

จิดาภา เร่งมีศรีสุข. (2561). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). เอ็น เค การพิมพ์.

ธนกฤต อั้งน้อย และอนุชา กอนพ่วง. (2564). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะครูใหม่ในศตวรรษที่ 21 ตามแนวคิดโรงเรียนเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้. *วารสารวารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร, 23*(2). 169-180 https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/221050

นภัทร์ แก้วนาค. (2555). *เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล (Qualitative Data Analysis Technic)* [เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรี สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ พ.ศ. 2557. (2557, 29 ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม132 ตอนพิเศษ 52 ง.หน้า 7-8.

พัชราภา ตันติชูเวช. (2553). การศึกษาทั่วไปกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ในประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ศึกษาโดยเปรียบเทียบกับประเทศไทย. ใน ศิริชัย กาญจนวาสี (บ.ก.), *การขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษาไทย. การประชุมวิชาการและเผยแพร่ผลงานวิจัยระดับชาติ* (น. 97-102). คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภัทราพร เกษสังข์ และแพรวนภา เรียงริลา. (2564). การประเมินความต้องการจำเป็นเพื่อพัฒนาสมรรถนะทางวิชาชีพครูในศตวรรษที่ 21 ของครูคณิตศาสตร์ จังหวัดเลย. *วารสารการวัดผลการศึกษา สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, *38*(104), 25-37. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JEMEPTB/article/view/254476/171812

รามณรงค์ นิลกำแหง และกันฑิมาลย์ จินดาประเสริฐ. (2566). ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย หลังยุควิกฤตโควิด-19. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ, 5*(2), 462-476. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/264268

สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงค์. (2561, 20 มกราคม). *การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC).* มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329

โสรญา เครือเมฆ วิกร ตัณฑวุฑโฒ และชีพสุมน รังสยากร. (2562). รูปแบบการเรียนการสอนปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมทักษะการคิดแก้ปัญหาอนาคตของผู้เรียนคหกรรมศาสตร์. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *14*(1), 339-355. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/article/view/125798/133781

Boonroungrut, C., Muangkaew, K., Phoyen, K., Vechpong, T., Punyakitphokin, W., Khawda, G., Nantachai, G., Eiamnate, N., Worakul, P., M'manga, C., & Saroinsong, W. P. (2024). Visualising the scientific landscape of global research in self-compassion: A bibliometric analysis. *Knowledge Management & E-Learning, 16*(1), 186–207. https://doi.org/10.34105/j.kmel.2024.16.009

Budynas R. G., & Nisbett K. J. (2014). *Shigley's mechanical engineering design* (7th ed.). McGraw-Hill.

Cronbach, Lee J., Gleser, G. C., Nanda, H., & Rajaratnam, N. (1972). *The dependability of behavioral measurement.* John Wiley.

Ojo, F. U., Etuokwu, M. N., & Ukpene, C. P. (2023). Creativities and Innovative Skills in Home Economics. *Nigeria Journal of Home Economics, 11*(8), 255-264. https://doi.org/10.61868/njhe.v11i8.230

Faculty of Liberal Arts
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
60 Moo 3 Asia-Highway Road, Huntra Subdistrict,
Phra Nakhon Si Ayutthaya, Thailand 13000