JLARUS

วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ

Journal of Liberal Art of Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

E-ISSN: 2730-1982
ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2569
Vol.8 No.2 May - August 2026



Faculty of Liberal Arts | Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ

Journal of Liberal Arts of Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

E-ISSN: 2730-1982

ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 2569)
Vol.8 No.2 (May-August 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. อาจารย์กันตวีร์ เวียงสิมา	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 รศ.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 ว่าที่ร้อยตรี ดร.ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทยา คงประพันธ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ พิพัฒน์เอกสกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริณุต ไชยนิชย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษฎา ผาทอง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ออมวจี พิบูลย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
21. อาจารย์ ดร.สัมพันธ์ สุกใส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
22. อาจารย์วาสนา มะลินิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
23. อาจารย์ชนิดาภา เพิ่มพูล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

กองบรรณาธิการ (ต่อ)

24. อาจารย์พรทิพย์ ช่วยเพล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
25. 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 รศ.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.ธิติวุฒิ หมั่นมี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
17. รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคณาภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
18. รองศาสตราจารย์ ดร.ภักดี โพธิ์สิงห์	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
19. รองศาสตราจารย์ ดร.ภาสกร ดอกจันทร์	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
20. รองศาสตราจารย์ ดร.ธโสธร ตู้ทองคำ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
21. รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนะ ปัญญาภา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
22. รองศาสตราจารย์ ดร.โชติ บดีรัฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
23. รองศาสตราจารย์ สายหยุด อุไรสกุล	ข้าราชการเกษียณอายุ
24. พันเอกปรีดา บุญอำพล	กองบัญชาการกองทัพไทย
25. นาวาอากาศโท กิจจา พงศ์ไพศาล	สำนักข่าวกอง กรมการทหารอากาศ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก (ต่อ)

26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิษฎาข์ ศรีเครือดง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิศักดิ์ กัลยาณมิตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระราชูปถัมภ์
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย ดำเนิน	สมาคมวิจัยแห่งประเทศไทย
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 ร้อยตรี ดร.ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร ภาคีฉาย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิดาภา เร่งมีศรีสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ เถรวัตร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐาปกรณ์ ทองคำนุช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา วิริยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต ปองเสงี่ยม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธารนี นวัสนธี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทยา คงประพันธ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจพร เชื้อผึ้ง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมพงศ์ กุกแก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริณุต ไชยนิชย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลารัก ไชยโย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน (ต่อ)

15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ สำราญ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนธยา รัตนศักดิ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพงษ์ พิพัฒน์เอกสกุล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาลินันท์ บุญมี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรชัย เอมอักษร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทุมพร เรืองฤทธิ์ 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.วรรษยา เผือกงาม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
33. อาจารย์ ดร.สัมพันธ์ สุกใส มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
34. อาจารย์ชนิดาภา เพิ่มพูล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
35. อาจารย์ณัฐวุฒิ เอี่ยมเนตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
36. อาจารย์วาสนา มะลินิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

กลั่นกรองคุณภาพบทความ

1. พลอากาศตรี รศ.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. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมบัติ ศิริจันดา
2. อาจารย์จุฬารัตน์ ชัยพิทักษ์
3. ผู้ช่วยศาสตร์ ดร.วิเชษฐชาย กมลสัจจะ
4. 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.วรรษยา เผือกงาม

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 23 ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม 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

- **การศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์** 1
  A STUDY OF MARKETING COMMUNICATION INFLUENCES ON PURCHASING DECISIONS OF PRODUCTS OF THE BAN KHAM MEK COMMUNITY WEAVING GROUP, KALASIN PROVINCE
  นิศากร สรรพเลิศ, กัลยรัศมิ์ ทิณรัตน์ และ เสาวลักษณ์ จิตติมงคล
- **THE IMPACT OF THE SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION, CUSTOMER TRUST AND CUSTOMER LOYALTY FOR CAR CARE BUSINESS IN BANGKOK** 16
  Nitirat Maleewat
- **การพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน** 30
  PRODUCT DEVELOPMENT OF MOCKTAIL DRINKS FROM COCONUT JUICE AND BUTTERFLY PEA FLOWER JUICE
  อัศวิน เตชะเจริญวิกุล, เกรียงศักดิ์ อาภามงคล, พรทิพย์ รินนาศักดิ์, สุเปรม นนทะวงษ์, ชัยศักดิ์ คล้ายแดง และ กฤติน ชุมแก้ว
- **DEVELOPMENT OF AN INSTRUCTIONAL MODEL USING SOCIAL COGNITIVE AND SITUATED LEARNING THEORIES TO ENHANCE CIVIC RESPONSIBILITY AND LEARNING ACHIEVEMENT OF UNDERGRADUATES IN CHINA** 43
  Weina Hong, Chatchai Muangpatom and Julamas Jansrisukot
- **อิทธิพลของอัตราส่วนทางการเงินต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย** 57
  THE INFLUENCE OF FINANCIAL RATIOS ON THE STOCK PRICES OF REAL ESTATE DEVELOPMENT COMPANIES LISTED ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND
  พิทักษ์ ทบจันทร์, สุกัณยา กิตติคุณงาม, เจษฎาภรณ์ ยานุพรหม และ ธนาวุฒิ แก้วอินทร์

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย : Research Article

- **THE INFLUENCE OF MARKETING MIX AND SERVICE QUALITY ON FOREIGN TOURISTS' INTENTION TO STAY IN MEDIUM-SIZED HOTELS IN PHUKET** 72
  Warisa Rajkitchorb
- **อิทธิพลของความสามารถทางการเงินและสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดสุพรรณบุรี ตามมุมมองของผู้ประกอบการ** 88
  THE INFLUENCE OF FINANCIAL CAPABILITY AND LIQUIDITY MANAGEMENT COMPETENCY ON THE PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN SUPHANBURI PROVINCE FROM THE ENTREPRENEURS' PERSPECTIVE
  จุฑารัตน์ จิ๋วสง่า และ ปฐมพงศ์ กุกแก้ว
- **การพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์** 102
  THE COMPETENCY DEVELOPMENT FOR MICE CITY OF PRACHUAP KHIRI KHAN
  ธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป
- **WAYS TO DEVELOP CERTAIN OPTIONS OF SUBSTITUTING FOR TOBACCO PLANTATION FOR TOBACCO FARMERS BY COMMUNITY PARTICIPATION** 115
  Nirumon Rattanarat and Sureeshine Phollawan
- **แหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย** 128
  SOUND SOURCES AND TONAL PHONETIC FEATURES OF ONOMATOPOEIA IN BASIC THAI LANGUAGE TEXTBOOKS
  จอมขวัญ สุทธินนท์ และ จอมใจ สุทธินนท์
- **รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3** 143
  STRATEGIC MANAGEMENT MODEL FOR ENHANCING STUDENT QUALITY UNDER THE OFFICE OF SUPHANBURI PRIMARY EDUCATIONAL SERVICE AREA 3
  อำนาท เหลือน้อย

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย : Research Article

- **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ** 158
  FACTORS INFLUENCING ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF STUDENTS IN UNLIMITED-ADMISSION UNIVERSITY
  บงกช ทองเอี่ยม และ วนิดา พิมพ์โคตร
- **อิทธิพลของแรงจูงใจ และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจในการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย** 173
  THE INFLUENCE OF MOTIVATION AND TOURIST ATTRACTION POTENTIAL ON THAI TOURISTS' REVISITING INTENTION TO JAPAN
  ไกรฤกษ์ คล้ายสีแก้ว, สุปรียา สืบสุนทร, จีณัสมา ศรีหิรัญ และ พอพิมพ์ ตันติอธิมงคล
- **อิทธิพลของความสุขในการทำงานต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา** 188
  THE INFLUENCE OF WORKPLACE HAPPINESS ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF GENERATION Y EMPLOYEES IN A LARGE DEPARTMENT STORE IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE
  เรืองรบ คำรณศิลป์ และ ลัดดาวัลย์ สำราญ
- **องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา** 201
  COMPONENTS AND INDICATORS OF SOCIAL INTELLIGENCE AMONG SECONDARY SCHOOL STUDENTS
  พลพีระ วงศ์พรประทีป, กิตติชัย สุธาสิโนบล และ ศุภวรรณ สัจจพิบูล
- **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย** 215
  FACTORS AFFECTING ENTREPRENEURIAL INTENTIONS IN THE DIGITAL ERA OF UNDERGRADUATE STUDENTS AT THE RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY SRIVIJAYA
  นวินดา ต่างจิตร, จุฑามาศ บุญรัศมี, เกศินี มนต์แก้ว, สกาวรัตน์ ขุนเพ็ชร และ จุฑามาศ ปุยพรหม

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย : Research Article

- **การสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยความโดดเด่นของทรัพยากรในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร** 230
  CREATING VALUE AND ADDING VALUE OF COMMUNITY-BASED TOURISM TO BECOMING A WELLNESS TOURISM COMMUNITY WITH OUTSTANDING RESOURCES IN KHOK KHAM SUBDISTRICT, MUANG DISTRICT, SAMUT SAKHON PROVINCE
  พเยาว์ สายทองสุข, ชาญณรงค์ ผาดจันทึก, ปิยชนม์ มหแสงสวรรค์ และ ธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป
- **อิทธิพลของการรับรู้สุขภาพและคุณค่ารับรู้ต่อความตั้งใจซื้อ เครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพ: บทบาทส่งผ่านของทัศนคติผู้บริโภค** 244
  THE INFLUENCE OF HEALTH PERCEPTION AND PERCEIVED VALUE ON PURCHASE INTENTION FOR A HEALTHY TAMARIND DRINK: THE MEDIATING ROLE OF CONSUMER ATTITUDE
  ชัยศักดิ์ คล้ายแดง, อัศวิน เตชะเจริญวิกุล และ สุภาพร อรรคพิณ
- **โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยทางการบริหารจัดการต่อผลการดำเนินงานธุรกิจชุมชน: บทบาทคั่นกลางของความสามารถในการแข่งขัน** 258
  A CAUSAL MODEL OF MANAGERIAL FACTORS ON COMMUNITY BUSINESS PERFORMANCE: THE MEDIATING ROLE OF COMPETITIVENESS
  รดามณี พัลลภชนกนาถ และ ชิดชนก ปรีชานันท์
- **การวิเคราะห์พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล** 273
  AN ANALYSIS OF THE ROYAL SPEECHES GIVEN AT THE GRADUATION CEREMONY OF RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY
  ชฎาพร จีนชาวนา
- **รูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21** 287
  THE MODEL OF PRIVATE SCHOOL MANAGEMENT TOWARDS EXCELLENCE IN THE 21st CENTURY
  อัชรี ชาญเชาว์ และ สมเกียรติ บุญรอด

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย : Research Article

- **การจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต** 301
  CREATIVE FOOD DECORATION SUAN DUSIT STYLE
  อัครพล ไวเชียงค้า และ กาญจนา เฟื่องศรี
- **ชุดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี** 316
  LEARNING ACTIVITY PACKAGE FOR PM2.5 LITERACY AND REVENTION OF EARLY ELEMENTARY STUDENTS IN BORDER SCHOOLS, RATCHABURI PROVINCE
  จิตคุปต์ ละอองปลิว
- **การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์** 329
  THE DEVELOPMENT OF SIXTH-GRADE STUDENTS' WRITTEN COMMUNICATION ABILITY AND CREATIVE THINKING SKILLS THROUGH CREATIVITY-BASED LEARNING WITH GAMIFICATION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE
  ถิรวุฒิ พลเยี่ยม และ ดนิตา ดวงวิไล
- **มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองแรงงานสูงอายุในประเทศไทย** 343
  LEGAL MEASURES TO PROTECT ELDERLY WORKERS IN THAILAND
  ปัณณธร หอมบุญมา และ ธาตรี มหันตรัตน์
- **การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยการใช้ค่ายกิจกรรม** 356
  DEVELOPMENT OF SUPPLEMENTARY INSTRUCTION IN ADDITIONAL BASIC COMPETENCIES MODEL FOR STUDENTS IN THE DUAL VOCATIONAL SYSTEM UNDER THE OFFICE OF THE VOCATIONAL EDUCATION COMMISSION THROUGH ACTIVITY – BASED CAMP
  อนันตา จันทโรจน์, ณฐพร อุตกฤษฎ์ และ ไพโรจน์ สถิรยากร

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย : Research Article

- **อิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาสิ่งแวดล้อมต่อภาพลักษณ์ปลายทางและความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีศึกษาวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์** 370
  THE INFLUENCE OF PERCEIVED GREEN SPORT EVENTS ON DESTINATION IMAGE AND SPORT TOURISM INTENTION: A CASE STUDY OF TRAIL RUNNING AT DOI INTHANON NATIONAL PARK, THAILAND
  สุรสิทธิ์ อุดมธนวงศ์ และ สิญาธร นาคพิน
- **การพัฒนาลวดลายผ้าบาติกจากแรงบันดาลใจลวดลายกระเบื้องเคลือบวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามวรมหาวิหาร** 384
  DEVELOPMENT OF BATIK PATTERNS FROM THE INSPIRATION OF GLAZED TILE PATTERNS AT PHRA CHETUPHON WIMMANGALARAM TEMPLE
  ภูมิภาวิชญ์ ทิพย์ธีรเศวต, ธีรภัทร แซ่เอียม และ ธนกฤต แก้วพิลารมย์
- **การพัฒนารูปแบบการบัญชีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการเงินของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร** 398
  DEVELOPING AN ACCOUNTING MODEL TO IMPROVE THE FINANCIAL MANAGEMENT EFFICIENCY OF TEMPLES IN BANGKOK YAI DISTRICT, BANGKOK
  สุนิสา พิมมานัส
- **องค์ประกอบเชิงโครงสร้างของระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้านปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา** 412
  STRUCTURAL COMPONENTS OF A LEARNING ECOSYSTEM FOR ENHANCING VOCATIONAL TEACHERS' GENERATIVE AI INSTRUCTIONAL COMPETENCIES
  สุทธิพงษ์ โชติพิสุทธิเมธี, ชัยวิชิต เชียรชนะ, สราวุฒิ สีบแย้ม และ ศจีมาจ ณ วิเชียร

ภาคผนวก

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

การศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์

A STUDY OF MARKETING COMMUNICATION INFLUENCES ON PURCHASING DECISIONS OF PRODUCTS OF THE BAN KHAM MEK COMMUNITY WEAVING GROUP, KALASIN PROVINCE

นิศากร สรรพเลิศ, กัลยรัศมิ์ ทิณรัตน์* และเสาวลักษณ์ จิตติมงคล
Nisakorn Suppalert, Kalyarat Thinrat* and Saowalak Chittimongkol
คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
Faculty of Management Science, Kalasin University
*Corresponding Author E-mail: kanya2025r@gmail.com
Received July 25, 2025; **Revised** December 25, 2025; **Accepted** December 26, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก ตำบลไผ่ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อเสนอแนวทางพัฒนากลยุทธ์ให้เหมาะสม เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือสนใจผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนฯ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและอนุมาน ได้แก่ One-way ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31–40 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ 10,001–20,000 บาทต่อเดือน ส่วนการสื่อสารทางการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ รองลงมา คือ การตลาดทางตรง การโฆษณา การจัดกิจกรรมทางการตลาด และการส่งเสริมการขาย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไปมีเพียงด้านเพศที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 คือ การโฆษณา การตลาดทางตรง และการจัดกิจกรรมทางการตลาด มีค่า R^2 = 0.088 อาจเนื่องมาจากปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมีอีกหลายปัจจัยที่ไม่ได้รวมอยู่ในตัวแปรของการวิจัยนี้ และผู้บริโภคอาจรับรู้สื่อการตลาดไม่เท่ากัน ส่วนแนวทางพัฒนากลยุทธ์ ควรมุ่งเน้นการใช้ช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน การสร้างแบรนด์ผ่านเรื่องเล่า การใช้สื่อออนไลน์ควบคู่กับสื่อภาคสนาม และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสร้างสรรค์เพื่อยกระดับการรับรู้ และเพิ่มโอกาสการซื้อซ้ำในระยะยาว

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน, การสื่อสารทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ, จังหวัดกาฬสินธุ์

Abstract

This research aimed to examine the marketing communications influencing consumers' purchase decisions toward the products of the Korklai Khit Weaving Community Enterprise in Ban Kham Mek, Phai Subdistrict, Mueang Kalasin District, Kalasin

Province, and to propose appropriate strategic development guidelines. A quantitative research method was employed. The sample consisted of 400 consumers who had previously purchased or were interested in purchasing products from the community enterprise. Data were collected using questionnaires and analyzed using descriptive statistics and inferential statistics, including One-way ANOVA and multiple regression analysis. The results revealed that most consumers were female, aged 31–40, married, held a bachelor's degree, were self-employed, and had a monthly income of 10,001–20,000 baht. Overall, marketing communication was rated at a high level. The highest mean score was for public relations, followed by direct marketing, advertising, marketing events, and sales promotion. Hypothesis testing indicated that demographic factors, specifically gender, significantly influenced purchase decisions at the 0.05 level. Marketing communication components that significantly influenced purchase decisions at the 0.01 level included advertising, direct marketing, and marketing events, with an R^2 value of 0.088. This relatively low explanatory power may be attributed to additional factors affecting purchase decisions that were not included in this study, as well as varying consumer exposure to marketing media. The strategic development guidelines suggest focusing on communication channels that effectively reach working-age women, strengthening brand identity through storytelling, integrating online media with on-ground communication, and designing creative sales promotion activities to enhance awareness and increase long-term repurchase opportunities.

Keywords: Community Enterprise, Marketing Communication, Purchase Decision, Kalasin Province

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยการส่งเสริมให้คนในพื้นที่สามารถสร้างรายได้จากทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและการพึ่งพาตนเองของชุมชน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) นโยบายสำคัญที่สนับสนุนแนวคิดนี้คือ “โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)” ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ปี 2544 โดยมุ่งเน้นให้ชุมชนใช้ทุนทางวัฒนธรรม วัตถุดิบ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างสินค้าให้มีคุณภาพ อัตลักษณ์ และมาตรฐานที่สามารถแข่งขันได้ทั้งในระดับประเทศและสากล (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, ม.ป.ป.) การใช้ทรัพยากรในพื้นที่จึงเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ต่อยอดแนวคิดสร้างสรรค์ และพัฒนากระบวนการผลิตของวิสาหกิจชุมชน (Srinukoon & Maraphot, 2021)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยเป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเชี่ยวชาญด้านงานหัตถกรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน ทำให้วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่มีบทบาทสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมดั้งเดิม (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2565) จากการเก็บข้อมูลภาคสนามของคณะผู้วิจัย พบว่า วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งมีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ยังประสบข้อจำกัด

ด้านการสื่อสารทางการตลาด โดยส่วนใหญ่ยังใช้วิธีการสื่อสารแบบดั้งเดิม เช่น การออกบูธ การบอกต่อ หรือการแจกใบปลิว ซึ่งไม่ตอบสนองกับพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่หันมาใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น คณะผู้วิจัยจึงเลือกศึกษากรณีของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งแม้จะมีความโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์และภูมิปัญญาในการผลิต แต่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง อันเนื่องมาจากปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการรับรู้ และโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจจนตัดสินใจซื้อสินค้า (สนั่น ไชยศาสตร์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 25 พฤษภาคม 2567)

จากการศึกษาข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารการตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการรับรู้และสนับสนุนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคของธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมทั่วไป แต่ยังไม่มีการศึกษาในระดับ “วิสาหกิจชุมชนเฉพาะพื้นที่” โดยเฉพาะวิสาหกิจฯ ที่มีเอกลักษณ์เชิงวัฒนธรรมและบริบทการสื่อสารแตกต่างจากสินค้าทั่วไป อีกทั้งไม่มีงานวิจัยที่วิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารกับลักษณะประชากรของผู้บริโภคในบริบทนี้โดยตรง ช่องว่างนี้ทำให้ผู้ประกอบการหรือวิสาหกิจฯ ไม่ทราบว่ากลยุทธ์ และปัจจัยใดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จึงทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาประเด็นสำคัญนี้ คือ การศึกษารูปแบบการสื่อสารทางการตลาดที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคของวิสาหกิจชุมชนทอเสื่อในพื้นที่

จากช่องว่างดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป และความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการตลาดของผู้บริโภค และอิทธิพลของปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดและข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันต่อการตัดสินใจซื้อ เพื่อนำผลการศึกษามาเสนอแนวทางการปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิด
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิด
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาด และข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิด
4. เพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิด ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือ ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา เชื้อชาติ และถิ่นที่อยู่อาศัย ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค และมักถูกนำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อให้เข้าใจความต้องการและรูปแบบการใช้สินค้าหรือบริการ และ Kotler และ Dupree (1997) ได้อธิบายว่า ตัวแปรทางประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยวัดความต้องการ ความพึงพอใจ และความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังช่วยให้ทราบขนาดของตลาดเป้าหมายและการเลือกสื่อที่เหมาะสมในการสื่อสารกับผู้บริโภค

ความหมายและความสำคัญของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 หมายถึงกิจการของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การให้บริการ หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่คนในชุมชนร่วมกันดำเนินการบนพื้นฐานวิถีชีวิตและความผูกพัน เพื่อสร้างรายได้และพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชน (สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548) และยังสะท้อนถึงการรวมกลุ่มของคนในชุมชนเพื่อนำทรัพยากรท้องถิ่นมาสร้างรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564)

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication)

การสื่อสารการตลาดตาม Kotler (2003) คือ กิจกรรมที่องค์กรใช้เพื่อถ่ายทอดและส่งเสริมสินค้าและบริการผ่านหลายรูปแบบการสื่อสาร ทำหน้าที่เป็น “เสียง” ของแบรนด์ และช่วยสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า องค์ประกอบของการสื่อสารทางการตลาด ตามแนวคิดของพนิตสุภา ธรรมประมวล (2563) ระบุว่า เครื่องมือหลักที่นักสื่อสารการตลาดนำมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมการตลาดมีอยู่ทั้งหมด 5 ช่องทางสำคัญ ได้แก่ 2.1 การโฆษณา (Advertising) 2.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) 2.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) 2.4 การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) และ 2.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2563) อธิบายว่า กระบวนการตัดสินใจ คือ ขั้นตอนในการเลือกซื้อสินค้าจากหลายทางเลือก โดยสะท้อนทั้งมิติทางจิตใจและกายภาพ และอาจได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่นด้วย กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ 1. การตระหนักถึงความต้องการ 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินทางเลือก 4. การซื้อ และ 5. การประเมินหลังการซื้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุณิสา บุญรอด และทรงพร หาญสันติ (2566) ศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิค เก็บข้อมูลจากผู้ที่เคยซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ จำนวน 385 คน พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงาน การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรงส่งผลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

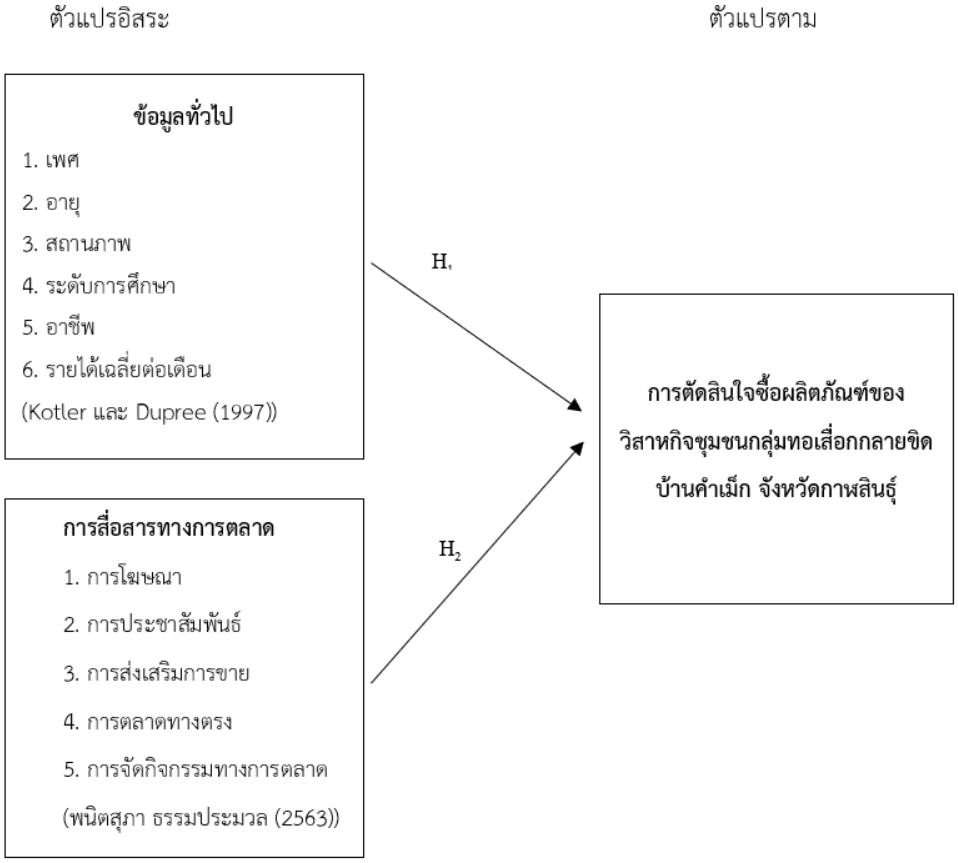
พิมลรัตน์ ยิ้มเจริญ และวัชระ ยี่สุ่นเทศ (2568) ศึกษาผลของการสื่อสารทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อเทปกาวในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม โดยเก็บข้อมูลจาก 230 ชุด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อทั้งการสื่อสารทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ปัจจัยพื้นฐานของกิจการ เช่น รายได้ เงินทุน และจำนวนพนักงาน ส่งผลให้การตัดสินใจแตกต่างกัน โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และการขายโดยพนักงานที่มีอิทธิพลสูง

พรพิมล ไชยสนิท และคณะ (2566) ศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว 400 คน และเสริมด้วยการสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 12 คน ผลการวิจัย พบว่า ระดับการศึกษาและรายได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ขณะที่ด้านการสื่อสารทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขายและการตลาดทางตรงมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ พร้อมทั้งเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ด้านโปรโมชั่นและการใช้ฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการซื้อ

จากการทบทวนงานวิจัยข้างต้นพบว่า การตลาดทางตรง การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และการขายโดยพนักงาน เป็นปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มักส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญในหลายบริบท ทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าอุตสาหกรรม และบริการด้านท่องเที่ยว ขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์พบว่าอิทธิพลขึ้นอยู่กับประเภทสินค้า และในบริบทของ วิสาหกิจชุมชนทอเสื่อกกลายขิดฯ ซึ่งผู้บริโภคจำนวนมากต้องการประสบการณ์ตรงก่อนตัดสินใจซื้อ การจัดกิจกรรมทางการตลาด เช่น การออกบูธและการสาธิตการทอ จึงเป็นอีกช่องทางสำคัญที่ช่วยสร้างประสบการณ์และความเชื่อมั่น และมีแนวโน้มส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อไม่ต่างจากเครื่องมือสื่อสารหลักอื่น ๆ นี่คือเหตุผลที่งานวิจัยนี้ขยายกรอบตัวแปรให้ครอบคลุม “กิจกรรมทางการตลาด” เพื่อสะท้อนบริบทจริงของสินค้าชุมชนและเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการที่ยังไม่ถูกศึกษามากนักในงานวิจัยก่อนหน้า

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดงานวิจัยแสดงให้เห็นว่าการวิจัยนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้บริโภค และการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดฯ

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดฯ

สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีการแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลการดำเนินงาน และการใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็กฯ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็กฯ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการจดบันทึกข้อมูลจากประธานและสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจฯ โดยมีการทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็กฯ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนฯ และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน เพราะไม่ทราบจำนวนผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ว่ามีจำนวนเท่าใด คณะผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตรของ (Cochran, 1977 อ้างใน ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Z = 1.96) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานเท่ากับ 5% (e = 0.05) และ(p = 0.5; q = 0.5) ดังสูตรด้านล่าง

แทนค่าในสูตร

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{e^2} = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = 384.16$$

จากการคำนวณ ได้จำนวน 384.16 คน เพื่อความปลอดภัยทางสถิติและป้องกันการสูญเสียข้อมูล คณะผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนฯ เท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สร้างขึ้นมาจากการระดมความคิดร่วมกันกับประธานของวิสาหกิจชุมชนฯ และจากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ และตอนที่ 4 แบบสอบถามข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและความสอดคล้องกันกับวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาโดยมีการกำหนดเกณฑ์ค่า IOC คือ ตั้งแต่ 0.50 - 1.00 แสดงว่าแบบสัมภาษณ์มีค่าความเที่ยงตรงที่ใช้ได้ หากข้อคำถามมีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 ต้องปรับปรุงคำถาม (Rovinelli & Hambleton, 1977) ซึ่งค่า IOC ของแบบสอบถามได้ 0.80 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ค่าความเที่ยงตรงที่ใช้ได้

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ในการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนั้น คณะผู้วิจัยได้คำนวณค่าอัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1951) ซึ่งค่าอัลฟาของครอนบาคที่มีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่ามีความเชื่อมั่นสูง ผลการคำนวณค่าอัลฟาของครอนบาคของแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 และ 3 ของแบบสอบถามได้ค่าอัลฟาอยู่ที่ 0.75 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด ทำให้สามารถยืนยันได้ว่าเครื่องมือวิจัยนี้มีความเชื่อมั่นในการวัดข้อมูลที่สูงและเหมาะสมสำหรับการใช้งาน

การรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือสนใจผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนฯ และเก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่แจกแบบสอบถามให้กับผู้บริโภคตอบแบบสอบถามที่วิสาหกิจชุมชนฯ และตามบูธจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนฯ

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล คือ 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) $\overline{X}$ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) 2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคโดยการทดสอบแบบ One-way ANOVA และการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด โดยการทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ขั้นตอนที่ 3 การเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก ตำบลไผ่ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า จากจำนวนผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ทราบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 258 คน ร้อยละ 64.50 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 150 คน ร้อยละ 37.50 และส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 216 คน ร้อยละ 54.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 301 คน ร้อยละ 75.3 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 131 คน ร้อยละ 32.80 และรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 222 คน ร้อยละ 55.50 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ข้อมูลทั่วไป ด้านเพศ (F = 2.058, Sig. = 0.011) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ฯ ส่วนด้านอายุ (F = 0.604, Sig. = 0.872) สถานภาพ (F = 1.304, Sig. = 0.196) ระดับการศึกษา (F = 1.648, Sig. = 0.059) อาชีพ (F = 1.686, Sig. = 0.051) และรายได้ต่อเดือน (F = 0.321, Sig. = 0.993) ของผู้บริโภค มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ฯ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงตารางเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดฯ

ข้อมูลทั่วไป	สถิติที่ใช้	ค่าสถิติ	Sig.
เพศ	F-test	2.058	0.011
อายุ	F-test	0.604	0.872
สถานภาพ	F-test	1.304	0.196
ระดับการศึกษา	F-test	1.648	0.059
อาชีพ	F-test	1.686	0.051
รายได้ต่อเดือน	F-test	0.321	0.993

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า การสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ มีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}$= 4.44, S.D. = 0.470) เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ มีระดับความคิดเห็น มาก ($\bar{X}$= 4.47, S.D. = 0.427) รองลงมา คือ ด้านการตลาดทางตรง ด้านการโฆษณา ด้านการจัดกิจกรรมทางการตลาด และด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดฯ

การสื่อสารทางการตลาด	Mean ($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการโฆษณา	4.44	0.351	มาก
2. ด้านการประชาสัมพันธ์	4.47	0.427	มาก
3. ด้านการส่งเสริมการขาย	4.41	0.520	มาก
4. ด้านการตลาดทางตรง	4.45	0.510	มาก
5. ด้านการจัดกิจกรรมทางการตลาด	4.42	0.530	มาก
รวม	**4.44**	**0.470**	**มาก**

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์พหุคูณของการสื่อสารทางการตลาด ได้แก่ ด้านการโฆษณา ด้านการตลาดทางตรง และด้านการจัดกิจกรรมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก มีค่าเท่ากับ 0.29 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 0.088 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรด้านการสื่อสารการตลาดสามารถอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อได้เพียง 8.8% เท่านั้น สะท้อนให้เห็นว่าการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนไม่ได้ขึ้นอยู่กับการสื่อสารการตลาดเพียงอย่างเดียว แต่มีตัวแปรสำคัญอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรในรูปคะแนนดิบ (B) เท่ากับ -0.066, 0.173 และ 0.081 ตามลำดับ ค่าสหสัมพันธ์ของการตัดสินใจซื้อและตัวพยากรณ์ (X_1), (X_4) และ (X_5) มีค่าเท่ากับ 0.29 มีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 8.8 โดยสามารถสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนเติบโตได้ดังต่อไปนี้ $\hat{y}$ = 2.458 - 0.066x_1^* + 0.173x_4^* + 0.081x_5^* + 0.167x_3 + 0.083x_2 ดังตารางที่ 3 แต่ในบริบทของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดฯ การโฆษณาที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันอาจไม่สามารถสร้างคุณค่า (Value Creation) ให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอาจส่งผลในเชิงลบแทน อาจเป็นเพราะเนื้อหาโฆษณายังคงขาดการสะท้อนเอกลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นจุดแข็งสำคัญในการสร้างความแตกต่างของสินค้า ประกอบกับผู้บริโภคยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับ รีวิวจริง การบอกต่อ ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ และการเล่าเรื่องสินค้า มากกว่าโฆษณาทั่วไป จึงส่งผลให้การโฆษณาไม่มีประสิทธิภาพและเกิดค่า Beta ติดลบในโมเดล

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

การสื่อสารทางการตลาด	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	2.458	0.502		19.403	<0.001
ด้านการโฆษณา (x_1)	-0.066	0.069	-0.047	4.900	<0.001
ด้านการประชาสัมพันธ์ (x_2)	0.083	0.057	0.072	-0.962	0.336
ด้านการส่งเสริมการขาย (x_3)	0.167	0.047	0.175	1.455	0.146
ด้านการตลาดทางตรง (x_4)	0.173	0.047	0.177	3.560	<0.001
ด้านการจัดกิจกรรมทางการตลาด (x_5)	0.081	0.045	0.087	3.642	<0.001
Durbin-Watson = 1.9434, F-value = 7.557, R = 0.296, R^2 = 0.088					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละตัว พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเองของการสื่อสารทางการตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง -0.117 ถึง 0.207 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 ดังนั้น ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 4 แสดงตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร

ตัวแปร	ด้านการโฆษณา (x_1)	ด้านการประชา-สัมพันธ์ (x_2)	ด้านการส่งเสริมการขาย (x_3)	ด้านการตลาดทางตรง (x_4)	ด้านการจัดกิจกรรมทางการตลาด (x_5)	การตัดสินใจซื้อ (y)
ด้านการโฆษณา (x_1)	1					
ด้านการประชาสัมพันธ์ (x_2)	-0.117	1				
ด้านการส่งเสริมการขาย (x_3)	-0.014	0.180	1			
ด้านการตลาดทางตรง (x_4)	0.132	-0.026	0.053	1		
ด้านการจัดกิจกรรมทางการตลาด (x_5)	0.026	0.032	0.100	0.045	1	
การตัดสินใจซื้อ (y)	-0.032	0.107	0.207	0.182	0.113	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). (y) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนฯ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ได้ว่า อิทธิพลของการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ด้านการโฆษณา ด้านการตลาดทางตรง และด้านการจัดกิจกรรมทางการตลาด ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค คือ ด้านเพศ ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก ตำบลไผ่ อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

วัตถุประสงค์ที่ 4 ผลการวิจัย สามารถเสนอแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ซึ่งควรเน้นการใช้ช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน การสร้างแบรนด์ผ่านเรื่องเล่า (storytelling) การใช้สื่อออนไลน์ควบคู่กับสื่อภาคสนาม และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเพิ่มโอกาสการซื้อซ้ำในระยะยาว

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอเสื่อกกลายขิด บ้านคำเม็ก อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31–40 ปี มีสถานภาพสมรส และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001–20,000 บาท แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับหนึ่ง มีความรู้ความเข้าใจในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และให้ความสำคัญกับการเลือกซื้อสินค้าที่มีอัตลักษณ์และสะท้อนภูมิปัญญาชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของผู้บริโภครุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม Millennials ที่นิยมสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นที่มีความยั่งยืนและคุณค่าทางวัฒนธรรม ทั้งเพื่อการใช้งานในชีวิตประจำวันและการมอบเป็นของขวัญหรือของที่ระลึก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2562) ที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในเชียงใหม่ต่อการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่นในชีวิตประจำวัน พบว่า กลุ่ม Millennials มีจำนวนมากที่สุด และเป็นกลุ่มประชากรที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการบริโภคในยุคนี้ ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลจากพื้นที่เดียวอาจสะท้อนลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคในจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งอาจแตกต่างจากจังหวัดอื่น ทำให้ไม่สามารถอ้างอิงผลไปยังประชากรทั้งหมดได้อย่างกว้างขวาง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด โดยรวมผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด อาจเป็นเพราะการประชาสัมพันธ์สามารถสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประเดิมวุฒิ จันทร์ทอง ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว และวราพรรณ อภิศุภะโชค (2565) ที่พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านคาเฟ่ อเมซอน ฟอร์ แช้นส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่าการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนและตรงจุดโดยการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย หรือกิจกรรมส่งเสริมการขายในชุมชน ถือเป็นวิธีที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ดีในปัจจุบัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Keller (2016) ที่กล่าวว่า การสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างความเข้าใจ ทัศนคติ และกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคได้

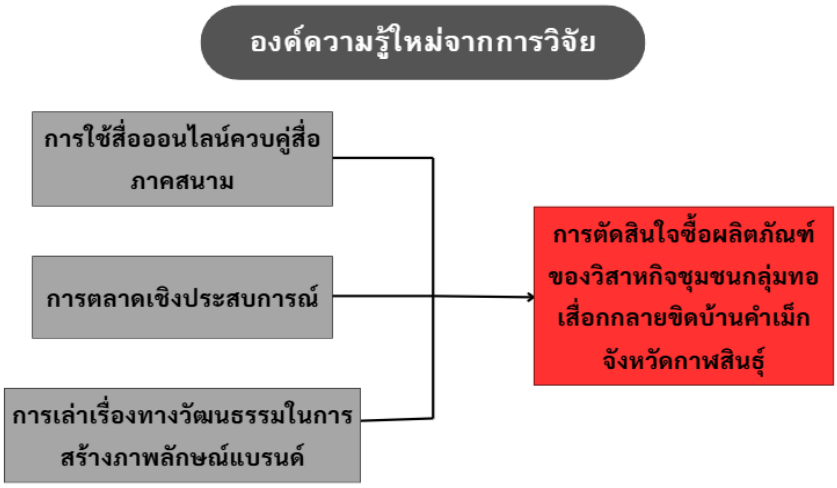
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า การสื่อสารทางการตลาด ด้านการโฆษณา การตลาดทางตรง และการจัดกิจกรรมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคจะสามารถเพิ่มแรงจูงใจในการซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกิจกรรมภาคสนามและการสื่อสารโดยตรง เช่น การจัดบูธการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือ OTOP Fair เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้และ

ประสบการณ์ตรงให้กับผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติมา นิ่มนวล (2563) ที่พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ ด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องของการจัดทำป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้อาจมีปัจจัยสำคัญด้านอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 4 การสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนฯ ได้แก่ การโฆษณา การตลาดทางตรง และการจัดกิจกรรมทางการตลาด โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมที่ผู้บริโภคได้มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผลิตภัณฑ์ เช่น การออกบูธในงาน OTOP Fair หรือกิจกรรมสาธิตการทอเสื่อ เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังพบว่า เพศหญิงซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีแนวโน้มตอบสนองต่อกิจกรรมทางการตลาดที่เน้นความสวยงาม ประณีต และมีเรื่องราวของวัฒนธรรมท้องถิ่น (Gonzalez, Meyer, & Toldos, 2021) ดังนั้น การพัฒนาแนวทางการสื่อสารทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ควรเน้นการใช้ช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน การสร้างแบรนด์ผ่านเรื่องเล่า (storytelling) การใช้สื่อออนไลน์ควบคู่กับสื่อภาคสนาม และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเพิ่มโอกาสการซื้อซ้ำในระยะยาว แต่ทั้งนี้ผลการวิจัยนี้อาจไม่สอดคล้องกับแนวความคิดหรือสมมุติฐานที่มีอยู่โดยทั่วไปในเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจผลิตภัณฑ์ทั้งหมด คณะผู้วิจัยมองว่าความแตกต่างที่เกิดขึ้นแสดงถึงลักษณะเฉพาะของบริบทที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก อำเภอเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการศึกษาการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอเสื่อกกลายขิดบ้านคำเม็ก ผลการวิจัยครั้งนี้จึงทำให้เห็นองค์ความรู้ใหม่ว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสำหรับสินค้าชุมชนต้องเชื่อมโยงทั้งช่องทางการสื่อสาร ประสบการณ์ และคุณค่าทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน อีกทั้งการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคเกิดจากหลายปัจจัยที่ทำงานร่วมกัน ไม่ใช่เพียงการโฆษณาหรือโปรโมชั่น แต่เกิดจากการรับรู้ผ่านสื่อหลายช่องทาง ประสบการณ์จริง และเรื่องราวที่ทำให้เห็นคุณค่าของงานหัตถกรรมท้องถิ่น เมื่อองค์ประกอบเหล่านี้เชื่อมโยงกัน จะช่วยผลักดันให้ผู้บริโภครู้จักสินค้า เชื่อมั่นหรือเห็นคุณค่า และตัดสินใจซื้อสินค้าได้

สรุป

จากการศึกษา พบว่า ในเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ การโฆษณา การตลาดทางตรง และการจัดกิจกรรมทางการตลาด ทั้งนี้เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ย พบว่า ผู้บริโภครับรู้ในภาพรวมของการประชาสัมพันธ์ในระดับสูงเช่นกัน แม้จะไม่ปรากฏอิทธิพลเชิงสถิติอย่างชัดเจน ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนควรพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ตรงจุดมากขึ้น เช่น การสร้างเรื่องเล่าเกี่ยวกับแบรนด์ การใช้ช่องทางดิจิทัล และการส่งเสริมให้ลูกค้ามีส่วนร่วม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความภักดีในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ควรออกแบบผลิตภัณฑ์และกิจกรรมให้ตรงกับกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน เช่น ชุดของขวัญหรือของฝากที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น

1.2 วิสาหกิจชุมชนควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ทั้งออนไลน์และภาคสนามเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 วิสาหกิจชุมชนควรเน้นกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภค เช่น การออกงานแสดงสินค้าและการสาธิตผลิตภัณฑ์ ควบคู่กับการใช้สื่อออนไลน์

1.4 แนวทางพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสม ได้แก่ การเข้าถึงกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน การสร้างแบรนด์ผ่านเรื่องเล่า และการบูรณาการสื่อออนไลน์กับกิจกรรมภาคสนาม ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเสริมสร้างการรับรู้และเพิ่มการซื้อซ้ำในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการสื่อสารทางการตลาดเชิงลึกด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อทำความเข้าใจทัศนคติ ความคาดหวัง และความรู้สึกของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ควบคู่กับการขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังพื้นที่หรือชุมชนอื่นที่มีลักษณะผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกัน เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคและสังเคราะห์เป็นแนวทางพัฒนากลยุทธ์หรือเชิงนโยบายในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2565). *การยกระดับศักยภาพวิสาหกิจชุมชน.* https://sceb.doae.go.th/

กัญชญานิศ ศรีนุกุล และกรรณิการ์ มาระโภชน์. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนบ้านคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารเพื่อการวิจัยพัฒนาเชิงพื้นที่, 13*(1), 31-43. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/abcjournal/article/view/244904/166620

กฤษฎา ดูพันดุง และวิลาสินี ขำพรหมราช. (2567). การออกแบบลวดลายเสื่อลายขิดจากอัตลักษณ์ท้องถิ่นบ้านแม่นนท์ ตำบลหนองไผ่ อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี. *วารสารมนุษยสังคมศิลปาสาร, 6(2),* 1-18. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hsa/article/view/275340/185311

ชุติมา นิ่มนวล. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 22*(1), 27-34. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/236349/165494

ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.* อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

ประเดิมวุฒิ จันทร์ทอง ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว และวราพรรณ อภิศุภะโชค. (2565). การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ภาพลักษณ์ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ร้านคาเฟ่ อเมซอน ฟอร์ แช้นส์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 9*(3), 286-298. https://so.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/259804/172853

พรพิมล ไชยสนิท ปิยะนาฎ จันทร์กระจ่าง และธฤตวัน เจริญพร. (2566). การสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 44*(2), 20-42. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/utccjournalhs/article/view/270311/183804

พิมลรัตน์ ยิ้มเจริญ และวัชระ ยี่สุ่นเทศ. (2568). การสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเทปกาวของลูกค้าในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 8*(3), 61-74. https://so03.tcithaijo.org/index.php/assr/article/view/287785/188612

พนิตสุภา ธรรมประมวล. (2563). *การตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). พี.เอ.ลีฟวิ่ง.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, องอาจ ปทะวานิช, ปริญ ลักษิตานนท์ และสุพีร์ ลิ่มไทย. (2563). *หลักการตลาด.* ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

สุณิสา บุญรอด และทรงพร หาญสันติ. (2566). การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิค. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 7*(1), 85-97. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jmsr/article/view/256555/175578

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). *แผนการส่งเสริม SME พ.ศ. 2564 - -2565.* https://www.sme.go.th/uploads/file/download-20210820091040.pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). *รายงานประจำปี 2564.* https://www.sme.go.th/uploads/file/download-20220329143441.pdf

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2562). *หัตถกรรมท้องถิ่น เชียงใหม่ ปรับตัวตามเทรนด์โลก ชนะใจผู้บริโภค.* https://www.cea.or.th/en/single-research/chiangmai-crafts

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548.* https://law.thaihealth.or.th

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (ม.ป.ป.). ข้อมูลทั่วไป. https://cep.cdd.go.th/otop-data/เกี่ยวกับ-otop/ข้อมูลทั่วไปotop

González, E. M., Meyer, J.-H., & Toldos, M. P. (2021). What women want? How contextual product displays influence women's online shopping behavior. *Journal of Business Research, 123*, 625–641. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.002

Hair, F. J., Black, C. W., Babin, J. B., & Anderson, E. R. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). London: Education, Inc.

Kotler, P., & Dupree, J. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, Test Item File*. New York: Prentice Hall.

THE IMPACT OF THE SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION, CUSTOMER TRUST AND CUSTOMER LOYALTY FOR CAR CARE BUSINESS IN BANGKOK

Nitirat Maleewat*
The Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Krungthep
*Corresponding Author Email: nitirat.m@mail.rmutk.ac.th
Received September 19, 2025; **Revised** March 9, 2026; **Accepted** March 10, 2026

Abstract

Service quality is the heart of doing business in an era where customers have many choices. The quality of service not only helps to create short-term satisfaction but also helps to build long-term relationships with customers, increase loyalty, and help the organization grow sustainably. For this reason, successful organizations often do not neglect to develop the quality of service in all dimensions. Overall, the car care or car wash business in Bangkok is growing continuously and will continue to be popular among Bangkokians who want to keep their cars clean and in good condition at all times. This research aims to 1) analyze the influence of service quality for the car care business in Bangkok, the influence of customer satisfaction for the car care business in Bangkok, and the influence of customer trust for the car care business in Bangkok, by using structural equation modeling (SEM); 2) to find the relationship between each variable and 3) to present the conceptual framework according to the topic. The population in the total of 488 people who responded and participated in this survey research is the car care customers in Bangkok by using a convenience sampling method and answered their opinions in the questionnaire. Results of all factors are theoretically supported, which could emphasize that service quality is a very considerable variable to increase the level of customer trust and customer satisfaction, which later on if both factors are successful, it will have a positive impact on building customer loyalty for the organization, and these loyal customers are the key to the success of the organization in the future.

Keywords: Service Quality, Customer Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Car care Business

Introduction

Service Quality refers to the level of satisfaction that customers receive from the services provided by the organization (Amerta and Madhavi, 2023). Service quality is measured by comparing customer expectations with the actual experience that

customers receive. If the service that customers receive meets or exceeds expectations, customers will feel that the service is of high quality. However, if it is lower than expectations, customers will feel dissatisfied (Sugiarto and Octaviana, 2021). Quality service is not measured only by speed or politeness but It must also focus on many factors such as reliability, convenience, attentiveness, and understanding of the needs of each customer. All of these factors can impress customers and make them feel that they are being taken care of more than receiving service. Providing quality service is very important for doing business in the present era because it can both directly and indirectly affect the success of the organization. Customers who receive good service will feel satisfied and tend to return to use the service again or become regular customers, which helps the organization have a stable customer base. Creating brand loyalty, which focuses on a good and consistent service, can make customers trust the brand and choose to use the service continuously, Moreover, when the service reaches a high-quality level, it will reduce the problem of complaints, product returns, or after-sales service, which reduces the cost of management as well as create a competitive advantage (Lysenko-Ryba and Zimon, 2021).

The car care business or the car wash service, has been growing in recent years, especially during the period when Bangkok, as the capital of Thailand, began to have more cars and air pollution problems, causing people to pay more attention to the cleanliness and hygiene of their cars (Pijoh and Lambey, 2016). The car wash business in Bangkok can be divided into several types, depending on the service and convenience that customers want.

Current trends of the car wash business in Bangkok is becoming more competitive, especially in terms of service quality and convenience. Car washes with environmentally friendly technology, such as using car wash products that do not harm nature, including the development of online systems that allow customers to book car wash services in advance via applications or websites (Murari et al, 2024). Car washes in Bangkok have also become services that meet the needs of city people who want convenience and speed, as well as concerns about keeping their cars in good condition.

The research gap of this research is to study the trends of the car care business in Bangkok, which is expected to continue to succeed and grow because many companies are using modern technology to wash cars and adapting to environmental changes, including providing customer-friendly services, such as booking via mobile apps or using systems that reduce water and energy use.

Research Objectives

This research aims to analyze the influence of significant factors for the car care business in Bangkok, which are service quality, customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty, by using structural equation modeling (SEM) to analyze the data as well as to find the relationship between each variable and to present the conceptual framework according to the topic.

Literature Review

Service Quality

Service Quality is very important to the success of businesses in many areas, whether it is a direct service business, such as hotels, restaurants, or even an online business with an intangible product (Ali et al, 2021). It requires good service to treat their customers. Service quality is not just about speed or politeness, but also about reliability, understanding customers, appropriate response, and attention to detail. The next element is assurance which seeing at knowledge, ability, politeness, and reliability of employees, the last factor is empathy – Understanding customers, providing personalized care (Jonkisz et al, 2021; Sibai et al, 2021). In this research the service quality will focus on the reliability, understanding customers, appropriate response, and attention to details to impress their customers.

Customer Satisfaction

Customer Satisfaction refers to the positive feelings or attitudes of customers towards products, services, or experiences received from the organization. Customer satisfaction is the heart of every business (Gonu et al, 2023). It is not just a one-time purchase, but a foundation for long-term relationships. Businesses that truly care about customer experience and feelings will be able to retain existing customers, gain new customers, and grow sustainably in the future. Customer Satisfaction in this research will point to the positive feelings or attitudes of customers towards products, services, or experiences received from the company.

Customer Trust

Customer Trust refers to the belief or confidence that customers have in an organization, business, or brand that they will provide quality services or products (Alam et al, 2021), they will treat customers fairly, honestly, and sincerely, and will protect their interests and not take advantage of them. When trust occurs, customers will feel safe, dare to buy again, recommend others, and be loyal to the brand in the long run. Wu and Huang (2023) suggested that consumer trust is a subjective emotion of each customer, which is difficult to measure by any scale. However, the level of high

or low trust will show in their behavior and feedback. In this research customer Trust is the belief or confidence that customers have in an organization, business, or brand that they will provide quality services or products

Customer Loyalty

Customer loyalty refers to the commitment and intention of customers to continue to use products or services from the same brand, even if there are other options in the market (Jamshidi and Rousta, 2021). Loyal customers tend to have certain behaviors, such as regularly purchasing products and not easily switching to competing brands. Arslan (2020) stated that a loyal customer will tell or recommend the brand to people around them. Emotional attachment occurs because customers feel that the brand matches their identity or values (Arslan, 2020). Customer loyalty in this research is the commitment and intention of customers to continue to use products or services from the same brand, and will inform other people to use the products or services as they received and feel good.

Conceptual Framework

According to the research background and research objective of every factor, namely service quality, customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty. The hypothesis and conceptual framework were formed accordingly

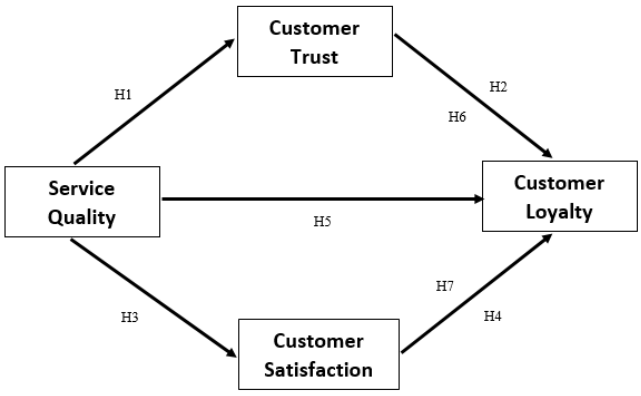


Figure 1 Conceptual framework

Relationship between service quality and customer trust

In today's highly competitive business environment, building strong relationships with customers is one of the key factors that help businesses grow sustainably. Two key elements that play a key role in building these long-term relationships are service quality and customer trust, which are closely linked and directly support each other. Service

quality refers to the level at which customers receive services that meet or exceed their expectations, which includes many aspects such as reliability, speed, politeness, customer understanding, and physical characteristics of the service (according to the SERVQUAL model). While the customer trust refers to the confidence that customers have in an organization or brand that the organization will provide services or operate honestly, fairly, and sincerely protect the interests of customers. Elizar et al, (2020) studied Polyclinic over Private H Hospital of East Jakarta, Indonesia found that service quality Is important and help to increase the level of customer trust. From this literature review, the first hypothesis was proposed:

- H1: There is a positive relationship between service quality and customer trust

Relationship between customer trust and customer loyalty

Customer trust refers to the customer's confidence in the organization or brand that the organization will provide honest, quality services and sincerely protect the customer's interests (Alam et al, 2021). While customer loyalty refers to the intention and commitment that customers have to the brand, which makes customers choose to use services or buy products from the same brand repeatedly, and are willing to recommend it to others. Customer trust is the foundation of loyalty. If customers do not trust a brand, it is hard to build long-term loyalty. Trust is the beginning, and loyalty is the result. Alam et al (2021) researched CRS practice and found that customer trust could increase customer loyalty. This relationship is very important to maintain the customer base and create sustainable growth in the business. According to the literature review, the second hypothesis was presented:

- H2: There is a positive relationship between customer trust and customer loyalty

Relationship between service quality and customer satisfaction

Service quality refers to the level of service capability that meets or exceeds customer expectations, which includes many aspects such as speed, politeness, reliability, and customer care. While customer satisfaction refers to the customer's feeling that arises from evaluating whether the product or service received meets their expectations. If the service received is better or equal to what was expected, the customer will feel satisfied. Service quality is one of the most important factors that directly affects customer satisfaction. Ali, et al, (2021) studied the hotel industry and found that service quality is very important to create customer satisfaction. According to the literature review, the third hypothesis was presented:

- H3: There is a positive relationship between service quality and customer satisfaction

Relationship between customer satisfaction and customer loyalty

Customer Satisfaction Is the positive feeling that customers have after receiving products or services that meet or exceed their expectations. It is the result of evaluating

the customer's experience, such as product quality, service, price, or convenience. Customer Loyalty is the customer's firm intention to return to use the service or buy products from the same brand continuously, including recommending the brand to others, even though there are other similar options in the market. Customer satisfaction is the foundation for creating customer loyalty. Singh et al, (2023) studied the service industry and insisted that customer satisfaction has a positive impact on generating customer loyalty. Therefore, if an organization wants to create a regular and loyal customer base, it should focus on developing the quality of its products and services to satisfy customers. Following the literature review, the fourth hypothesis was presented:
- H4: There is a positive relationship between customer satisfaction and customer loyalty

Relationship between service quality and customer loyalty

Service quality refers to the level of service capability that meets or exceeds customer expectations, such as providing professional, fast, sincere, and caring services. Another factor is customer loyalty, which refers to the customer's intention to return to use the same service repeatedly and choose the same brand as the main choice in the long term, even though there are many competitors in the market. Service quality is an important tool for creating and maintaining customer loyalty. Naini et al, (2022) found that the positive impact of service quality increases customer loyalty. Following the literature review, the fifth hypothesis was hypothesized:
- H5: There is a positive relationship between service quality and customer loyalty

Mediating effect

Service quality is the increasing intense business competition in this era. Organizations can no longer rely solely on product quality, but must also prioritize providing quality customer service, or service quality, which has become a key to creating customer satisfaction and customer loyalty (Naini et al, 2022).

The term Service Quality refers to the level of satisfaction that customers receive from the services provided by the organization. The measurement of service quality is based on a comparison between customer expectations and customer experiences that they actually receive (Perceived Service). If the customer’s experience is equal to or greater than his expectations, the customer will feel satisfied and perceive that the service is of high quality (Dam and Dam, 2021). On the contrary, if the service received is lower than expectations, the customer will perceive that the service is of low quality. Providing service is therefore not just about getting it done or getting it done quickly, but also requires attentiveness, continuity, and a deep understanding of

the customer's needs. Following this literature review, the sixth and seventh hypotheses were proposed

- H6: Customer trust mediates the relationship between service quality and customer loyalty
- H7: Customer satisfaction mediates the relationship between service quality and customer loyalty

Research Methodology

Population and sample size

This research was conducted as qualitative research by using a research questionnaire, both an online questionnaire and paper questionnaires, to collect the information. After the data were collected, the researchers later applied the SEM (structural equation model) to analyze the data. The conceptual framework of this research was created after the literature review and presented all relevant factors on service quality, customer trust, customer satisfaction, and customer loyalty. The population that responded to and participated in this survey research is the car care customers in Bangkok, using a convenience sampling method. A total sample size of 488 car care customers in Bangkok responded and answered their opinions in the questionnaire. The data collection begins by contacting, visiting the car care in Bangkok first, and asking for permission from the owner or manager. Later on, the researcher will contact the respondent and explain the reasons and benefits of doing this research. At the same time researcher will ask permission to collect the data. During the data collection process, participants were interviewed by research team, who asked questions about the research, which were mentioned only in the questionnaire. During the data collection process, if some customers do not want to give more information or would like to stop, the researcher will stop the process immediately.

Result

According to the data analysis, the result of this research showed the effect and influence of each variable on the other. The result of the seventh hypothesis showed that all hypotheses were theoretically supported. The first hypothesis mentioned that there is a positive relationship between service quality and customer trust. The first hypothesis was supported, which indicated that service quality is a powerful and positive influence on customer trust of customers. The second hypothesis mentioned there is a positive relationship between customer trust and customer loyalty. The third hypothesis mentioned there is a positive relationship between service quality and

customer satisfaction. Next is the fourth hypothesis, which proposes that there is a positive relationship between customer satisfaction and customer loyalty. While the fifth hypothesis was that there is a positive relationship between service quality and customer loyalty. Further, the sixth hypothesis stated that customer trust mediates the relationship between service quality and customer loyalty. The last hypothesis of this research proposed that customer satisfaction mediates the relationship between service quality and customer loyalty. The results of all hypotheses were supported that every factor, namely service quality, customer trust, and customer satisfaction, are import and significantly positive influence the level of customer loyalty.

Table 1 Hypothesized Relationship Results

Hypothesized relationship	Results	P-Value
- H1: There is a positive relationship between service quality and customer trust	supported	0.01469
- H2: There is a positive relationship between customer trust and customer loyalty	supported	0.00025
- H3: There is a positive relationship between service quality and customer satisfaction	supported	<.00001
- H4: There is a positive relationship between customer satisfaction and customer loyalty	supported	<.00001
- H5: There is a positive relationship between service quality and customer loyalty	supported	<.00001
- H6: Customer trust mediates the relationship between service quality and customer loyalty	supported	0.02282
- H7: Customer satisfaction mediates the relationship between service quality and customer loyalty	supported	<.00001

Table 2 Model Tests

Label	X^2	df	p
User Model	2.5099	1	0.05370

According to the model testing in this research, which indicated the value of X^2 x2 test for these data gives a numerical value of 2.5099, df is 1, and P = 0.05370, which is consistent with the 99% (Gardner & Altman, 1986).

Table 3 Fit Indices

					RMSEA 95% CI		
AIC	BIC	adj. BIC	SRMR	RMSEA	Lower	Upper	RMSEA p
37.7162	83.8096	48.8960	0.0098	0.0448	0.0192	0.1706	0.15470

Table 4 Fit Indices

CFI	TLI	RNI	GFI	adj. GFI	pars. GFI
0.9983	0.9900	0.9983	1.0000	0.9999	0.0714

Table 5 R-squared

		95% Confidence Intervals	
Variable	R^2	Lower	Upper
CL	0.8587	0.8335	0.8803
CS	0.0758	0.0366	0.1263
CT	0.8960	0.8770	0.9122

Note. Some R-square index cannot be computed for this model

Table 6 Parameter Estimates

				95% Confidence Intervals				
Dep	Pred	Estimate	SE	Lower	Upper	β	z	p
CL	CS	0.0764	0.0313	0.0150	0.1378	0.0432	2.4398	0.01469
CL	SQ	0.2878	0.0785	0.1340	0.4417	0.1943	3.6664	0.00025
CL	CT	0.8116	0.0588	0.6964	0.9269	0.7282	13.7995	<.00001
CS	SQ	0.2305	0.0364	0.1591	0.3019	0.2754	6.3278	<.00001
CT	SQ	1.2579	0.0194	1.2199	1.2960	0.9466	64.8322	<.00001

Table 7: Defined Parameters

				95% Confidence Intervals					
Label	Description	Parameter	Estimate	SE	Lower	Upper	β	z	p
IE1	SQ ⇒ CS ⇒ CL	p4*p1	0.0176	0.0077	0.0024	0.0328	0.0119	2.2765	0.02282
IE2	SQ ⇒ CT ⇒ CL	p5*p3	1.0210	0.0756	0.8727	1.1693	0.6892	13.4971	<.00001

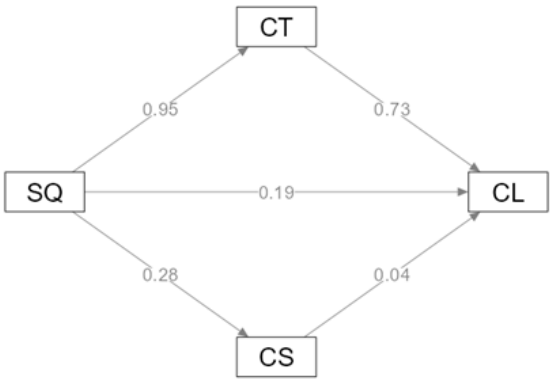


Figure 2 Structural Equation Model Result

Discussion

Based on the concept of Parasuraman, Zeithaml, and Berry, a model called SERVQUAL was developed (Pena et al, 2013), which describes 5 components of service quality which are: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. For the car care service in Bangkok received the similar result as other businesses when each variable could generate the positive results for the business (Zygiaris et al, 2022; Sari & Balqiah, 2022; Mohamed et al, 2022). Each variable could be described as tangibles is a physical characteristic and cleanliness of the car care shop, employee personality, uniforms, and various equipment. Reliability means providing services correctly, on time, and consistently. The responsiveness focuses on the willingness to provide service with speed of response and readiness to help customers. Assurance is a combination of confidence, skills, knowledge, and politeness of employees in doing car care service that help customers feel confident in the service, and the last factor is empathy, which means understanding customers, providing services with special attention to each customer.

Body of Knowledge

From this research, the results of all factors, which are entirely theoretically significantly supported, could emphasize that service quality is a very considerable variable to increase the level of customer trust and customer satisfaction, which later on will have a positive impact on building customer loyalty for the organization. Moreover, the quality of service itself could also be able to increase customer loyalty directly. The researcher is quite confident that this body of knowledge could be able to apply with other kinds of businesses, not just only car care business.

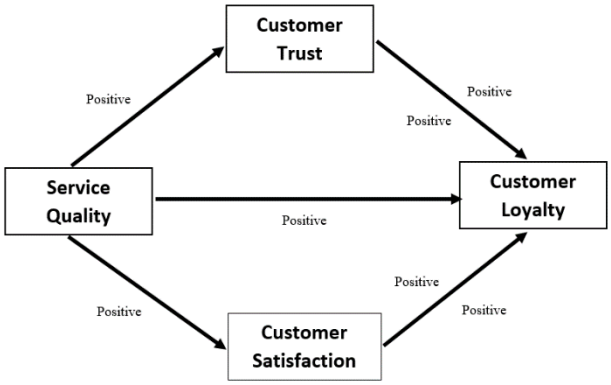


Figure 3 New body of knowledge of the research

Conclusion

Car care service in Bangkok is getting more famous each year because it can help the car owner save time to wash and clean their vehicle. Moreover, car care services are professional for washing and cleaning. They have good tools, solutions, and other methods to clean the car perfectly. In recent years, the car care business or complete car care services in Bangkok have experienced continuous growth, especially in densely populated urban areas where the use of private cars is necessary. The growth of new cars in Bangkok continues, resulting in an increase in the demand for car care services. Bangkok is the hub of many private car users. As a result, the car care business still has opportunities for continuous growth in the future. Especially businesses that can adapt to consumer behavior and prioritize quality, service, and customer experience. Modern car care businesses that are different and focus on convenience will definitely win the hearts of consumers in the capital.

Suggestion

This research topic is very interesting, especially about the service quality, which is a key to the success of the car care business. However, to make this topic and conceptual framework more robust, the researcher recommends that the business owner or management of a car care business focus on the quality of their service because it could help to increase the level of customer satisfaction and tend to become a loyal customer in the future. For future research, the researcher recommends that the next researcher expand this knowledge to other industries or other sample groups.

References

Alam, M. M. D., Karim, R. A., & Habiba, W. (2021). The relationship between CRM and customer loyalty: The moderating role of customer trust. *International Journal of Bank Marketing*, *39*(7), 1248-1272. https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2020-0607

Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., ... & Anwar, G. (2021). Hotel service quality: The impact of service quality on customer satisfaction in hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management*, *5*(3), https://doi.org/10.22161/ijebm.5.3.2

Amerta, L., & Madhavi, I. (2023). Exploring service quality and customer satisfaction in the service industry: A mixed-methods analysis. *Journal on Economics, Management and Business Technology*, *2*(1), https://doi.org/10.35335/jembut.v2i1.184

Arslan, I. K. (2020). The importance of creating customer loyalty in achieving sustainable competitive advantage. *Eurasian Journal of Business and Management*, *8*(1), https://doi.org/10.15604/ejbm.2020.08.01.002

Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *8*(3), 585-593. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585

Elizar, C., Indrawati, R., & Syah, T. Y. R. (2020). Service quality, customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty in service of Paediatric Polyclinic over Private H Hospital of East Jakarta, Indonesia. *Journal of Multidisciplinary Academic*, *4*(2), 105-111. https://doi.org/10.61841/5wxwg065

Gardner, M. J. & Altman, D. G. (1986). Confdence intervals rather than P values: Estimation rather than hypothesis testing. British Medical *Journal (Clinical Research Ed), 292*(6522), 746–750. doi: https://doi.org/10.1136/bmj.292.6522.746

Gonu, E., Agyei, P. M., Richard, O. K., & Asare-Larbi, M. (2023). Customer orientation, service quality and customer satisfaction interplay in the banking sector: An emerging market perspective. *Cogent Business & Management*, *10*(1), 2163797. https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2163797

Jamshidi, D., & Rousta, A. (2021). Brand commitment role in the relationship between brand loyalty and brand satisfaction: phone industry in Malaysia. *Journal of Promotion Management*, *27*(1), 151-176. https://doi.org/ 10.1080/10496491.2020.1809596

Jonkisz, A., Karniej, P., & Krasowska, D. (2021). SERVQUAL method as an “old new” tool for improving the quality of medical services: A literature review. *International*

journal of environmental research and public health, *18*(20), https://doi.org/10.3390/ijerph182010758

Lysenko-Ryba, K., & Zimon, D. (2021). Customer behavioral reactions to negative experiences during the product return. *Sustainability*, *13*(2), 448. https://doi.org/10.3390/su13020448

Mohamed, B., Noorashid, N. A., & Zolkepli, A. F. (2022). The effect of service quality on customer satisfaction as measured by SERVQUAL: a case study of automotive maintenance and repair service center. *Jurnal Al-Sirat*, *20*(1), 79-90. DOI:10.3390/joitmc7020116

Murari, K., Aggarwal, S., Khan, S., Garg, S., Adhikari, R. K., & Choudhary, D. K. (2024). Cash management: Auns Car Care Private Limited. In *Contemporary Cases in Management* (pp. 16-25). Routledge India. https://doi.org/10.4324/9781003581529

Naini, N. F., Santoso, S., Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah, N. (2022). The effect of product quality, service quality, customer satisfaction on customer loyalty. *Journal of consumer sciences*, *7*(1), 34-50. https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50

Pena, M. M., Silva, E. M. S. D., Tronchin, D. M. R., & Melleiro, M. M. (2013). The use of the quality model of Parasuraman, Zeithaml and Berry in health services. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, *47*(05), 1227-1232. DOI: 10.1590/S0080-623420130000500030

Pijoh, H. N., & Lambey, L. (2016). The Importance-Performance Analysis of Service Quality at Aquarius Car Wash. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 4*(2). https://doi.org/10.35794/emba.4.2.2016.13081

Sari, D., & Balqiah, T. E. (2022, July). The effect of service quality and relationship quality in-home service car repair and maintenance on customer loyalty. In *Proceeding of the International Conference on Family Business and Entrepreneurship* (Vol. 3, No. 1). DOI:10.56943/joe.v1i2.61

Sibai, M. T., Bay Jr, B., & Dela Rosa, R. (2021). Service Quality and Student Satisfaction Using ServQual Model: A Study of a Private Medical College in Saudi Arabia. *International Education Studies*, *14*(6), 51-58. https://doi.org/10.5539/ies.v14n6p51

Singh, V., Sharma, M. P., Jayapriya, K., Kumar, B. K., Chander, M. A. R. N., & Kumar, B. R. (2023). Service quality, customer satisfaction and customer loyalty: A comprehensive literature review. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*, *10*(4S), 3457-3464. https://doi.org/10.53555/sfs.v10i4S.2218

Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Bank Study. Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business, 1, 93-106. https://doi.org/10.52970/grmapb.v1i2.103

Wu, Y., & Huang, H. (2023). Influence of perceived value on consumers' continuous purchase intention in live-streaming e-commerce—mediated by consumer trust. *Sustainability*, *15*(5), 4432. https://doi.org/10.3390/su15054432

Zygiaris, S., Hameed, Z., Ayidh Alsubaie, M., & Ur Rehman, S. (2022). Service quality and customer satisfaction in the post pandemic world: A study of Saudi auto care industry. *Frontiers in psychology*, *13*, 842141. DOI:10.3389/fpsyg.2022.842141

การพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน
PRODUCT DEVELOPMENT OF MOCKTAIL DRINKS FROM COCONUT JUICE AND BUTTERFLY PEA FLOWER JUICE

อัศวิน เตชะเจริญวิกุล, เกรียงศักดิ์ อาภามงคล, พรทิพย์ รินนาศักดิ์, สุเปรม นนทะวงษ์ และชัยศักดิ์ คล้ายแดง*
Aswin Techajareonvikul, Kriangsak Arpamongkol, Porntip Rinnasak, Suprem Nonthawong and Chaisak Klaidaeng*
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep
กฤติน ชุมแก้ว
Krittin Chumkaew
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
*Corresponding Author E-mail: chaisak.k@mail.rmutk.ac.th
Received December 2, 2025; **Revised** March 10, 2026; **Accepted** March 11, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน และคัดเลือกสูตรที่เหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ และ 2) ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสูตรเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน ที่ผ่านการคัดเลือกในด้านสี กลิ่น และรสชาติ การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวในตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 200 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (convenience sampling) พัฒนาสูตรเครื่องดื่มผสมจำนวน 6 สูตร โดยใช้น้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชันเป็นวัตถุดิบหลัก จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการผสมเครื่องดื่มจำนวน 5 คน ทำการประเมินและคัดเลือกสูตรที่มีความเหมาะสม 2 สูตร ก่อนนำสูตรที่ผ่านการคัดเลือกไปทดสอบกับนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแนวคิดของ Likert วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ

ผลการวิจัย พบว่า เครื่องดื่มสูตรที่ 1 ได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านสีและด้านรสชาติได้รับคะแนนสูงสุด รองลงมา คือ ด้านกลิ่น ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และเป็นแนวทางเบื้องต้นในการต่อยอดการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในอนาคต

คำสำคัญ: เครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพ, น้ำมะพร้าวอ่อน, น้ำดอกอัญชัน

Abstract

This study aimed to 1) develop health-oriented mixed beverages using coconut juice and butterfly pea flower juice and to select the most appropriate formulations through expert evaluation and 2) assess tourists' satisfaction with the selected beverage

formulations based on the sensory attributes: color, aroma, and taste. A quantitative research method was used a survey. The study included a sample of 200 tourists visiting the Amphawa subdistrict, selected using a convenience sampling method. Initially, six beverage formulations were created, with coconut juice and butterfly pea flower juice serving as the primary components. Then, five beverage-mixology experts evaluated and selected the two most suitable formulations. These selected formulations were subsequently tested with the tourists. Data were collected through a five-point Likert scale questionnaire and were analyzed using descriptive statistics, specifically means, standard deviation, and satisfaction levels.

The results indicated that Formulation 1 received the highest overall satisfaction rating. Concerning the sensory attributes assessed, color and taste demonstrated the highest average scores, with aroma following closely. These results imply that health-oriented mixed beverages, created from coconut juice and butterfly pea flower juice, possess significant potential for further development as wellness beverages, especially within the wellness tourism industry. Moreover, the findings provide initial evidence supporting the value-added utilization of local resources, thus establishing a practical foundation for future product development is sustainable tourism initiatives.

Keywords: Mocktail, Coconut juice, Butterfly Pea Flower juice

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมบริการหลักที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างรายได้และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง (Hsiao et al., 2024) โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ประเทศไทยได้รับรายได้จำนวนมากจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่ท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจและมีรายได้เพิ่มขึ้น (Chulaphan & Barahona, 2021) ทั้งนี้ กระแสการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย นักท่องเที่ยวให้ความสนใจด้านอาหารและเครื่องดื่ม และกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพเพิ่มมากขึ้น (Forlani et al., 2022) ส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สามารถช่วยผลักดันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ (Sangkakorn & Krajangchom, 2024) รวมถึงเป็นจุดขายที่สามารถบรรจุเป็นกิจกรรมเสริมภายในสถานที่พัก โรงแรม และรีสอร์ท เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่า (Knollenberg et al., 2021)

ตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นหนึ่งในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย (Khamwachirapithak & Khongouan, 2024) ด้วยลักษณะพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในเขตราบลุ่มริมแม่น้ำแม่กลอง รายล้อมด้วยลำคลองหลายสาย ทำให้มีความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติและสะท้อนวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชุมชนริมน้ำอย่างชัดเจน (Meksumpun, 2023) โดยเฉพาะตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากในช่วงเย็นของ

วันเสาร์และอาทิตย์ และวันหยุดต่าง ๆ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าพื้นเมือง สินค้าการเกษตร อาหารคาวหวาน รวมถึงของฝากที่มีเอกลักษณ์จากชุมชน ในบรรยากาศตลาดเก่าแก่กว่า 100 ปี ที่ยังคงรักษาวิถีชีวิตริมคลองแบบดั้งเดิมไว้ ถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าและหาชมได้ยากในปัจจุบัน (Emkamol, 2022)

นอกจากนี้ อัมพวายังมีสัญลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ การล่องเรือชมหิ่งห้อยในยามค่ำคืน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถชมแสงหิ่งห้อยระยิบระยับตามต้นลำพูและพื้นที่ริมน้ำ สร้างบรรยากาศเฉพาะตัวที่หาไม่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวอื่น (Lewis et al., 2021) อีกทั้งในด้านสถาปัตยกรรม ชุมชนตำบลอัมพวายังได้รับรางวัล UNESCO Asia-Pacific Heritage Award (พ.ศ. 2551) จากการอนุรักษ์บ้านเรือนไม้โบราณและสิ่งปลูกสร้างที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม (Anusorntharangkul & Rugwongwan, 2021) โดยสถานที่สำคัญที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ วัดอัมพวาเจติยาราม ซึ่งมีโบสถ์และพระประธานที่งดงาม (Khamwachirapithak, & Khongouan, 2024) รวมถึงอุทยาน ร.2 ที่อนุรักษ์มรดกศิลปวัฒนธรรมไทยหลากหลายแขนง เช่น ดนตรีไทย โขน งานหัตถกรรม และพืชพรรณท้องถิ่น เป็นต้น (Hussain et al., 2024)

ด้วยบริบทการท่องเที่ยวที่หลากหลายและเข้มแข็งเช่นนี้ อัมพวาจึงเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพจากทรัพยากรในท้องถิ่น (Khamwachirapithak & Khongouan, 2024) โดยเฉพาะน้ำมะพร้าวอ่อน ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของจังหวัดสมุทรสงครามและเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของตำบลอัมพวา (Kitipadung & Jaiborisudhi, 2021) การนำมาพัฒนาต่อยอดสามารถสร้างสรรค์เป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพชนิดใหม่ที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสุขภาพ รวมถึงช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตรของชุมชน (Park & Kim, 2024)

แม้ว่าตำบลอัมพวาจะมีศักยภาพด้านอาหารและเครื่องดื่มจากวัตถุดิบท้องถิ่น แต่ยังขาดการพัฒนาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีเอกลักษณ์ของพื้นที่ และสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นระบบ อีกทั้งการศึกษาการยอมรับของนักท่องเที่ยวต่อเครื่องดื่มจากวัตถุดิบท้องถิ่นยังมีจำกัด ดังนั้น การพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญของชุมชน จึงเป็นแนวทางในการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่นและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชนอัมพวา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน และคัดเลือกสูตรที่เหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสูตรเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน ที่ผ่านการคัดเลือกในด้านสี กลิ่น และรสชาติ

การทบทวนวรรณกรรม

การบริโภคเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพ ในภาคการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างประสบการณ์ด้านสุขภาวะและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Forlani et al., 2022) งานวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชี้ให้เห็นว่า การใช้วัตถุดิบจาก

ธรรมชาติและวัตถุดิบท้องถิ่น ไม่เพียงช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ แต่ยังส่งผลต่อการรับรู้คุณลักษณะของเครื่องดื่มในด้านประสาทสัมผัส ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่าง และการยอมรับของผู้บริโภค (Giacalone et al., 2022)

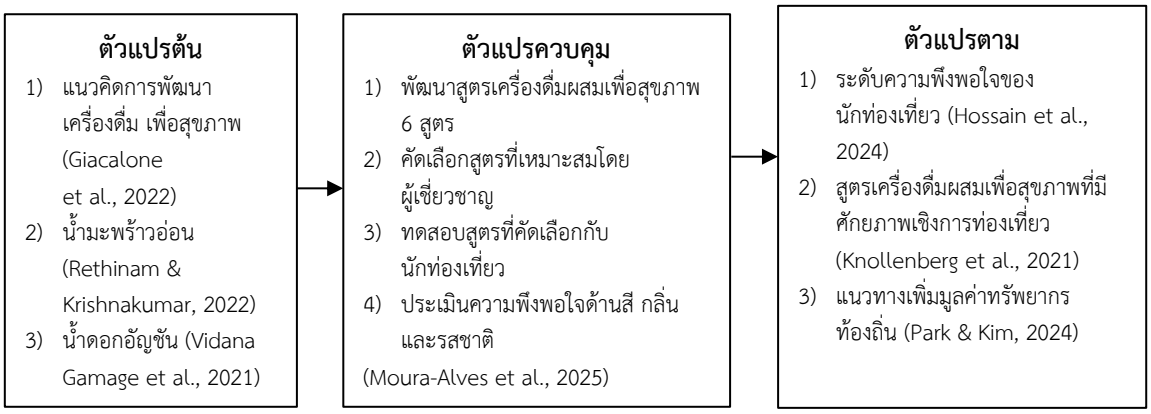
ในกลุ่มวัตถุดิบเพื่อสุขภาพ น้ำมะพร้าวอ่อนเป็นเครื่องดื่มธรรมชาติที่มีคุณค่าทางโภชนาการโดยเฉพาะสารละลายอิเล็กโทรไลต์ (electrolyte) และมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เนื่องจากให้พลังงานต่ำและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไป (Rethinam & Krishnakumar, 2022) คุณลักษณะดังกล่าวเอื้อต่อการนำมาพัฒนาเป็นเครื่องดื่มผสมที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่มุ่งเน้นการนำน้ำมะพร้าวอ่อนมาพัฒนาเป็นเครื่องดื่มผสม และประเมินความพึงพอใจในบริบทการท่องเที่ยวจริงยังมีจำกัด

นอกจากนี้ ดอกอัญชัน (*Clitoria ternatea*) เป็นสมุนไพรที่มีสารแอนโทไซยานิน (anthocyanin) ซึ่งให้สีธรรมชาติและมีคุณสมบัติต้านอนุมูลอิสระ สามารถนำมาใช้เป็นสีธรรมชาติในเครื่องดื่มได้ (Vidana Gamage et al., 2021) งานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคยังระบุว่า คุณลักษณะด้านสีของเครื่องดื่มมีอิทธิพลต่อการรับรู้รสชาติและการตัดสินใจบริโภค (Campo et al., 2025) ซึ่งสะท้อนบทบาทของดอกอัญชันในฐานะวัตถุดิบที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านประสาทสัมผัสของผู้บริโภคโดยตรง อย่างไรก็ตาม การศึกษาการประยุกต์ใช้ดอกอัญชันในเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ภายใต้บริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีอยู่อย่างจำกัด

ในด้านผลลัพธ์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นตัวชี้วัดหลักของคุณภาพประสบการณ์การท่องเที่ยว และมีความเชื่อมโยงกับพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อเชิงบวก (Hossain et al., 2024) งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารยืนยันว่า ปัจจัยด้านประสาทสัมผัส ได้แก่ สี กลิ่น และรสชาติ มีอิทธิพลโดยตรงต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารและเครื่องดื่ม (Muskat et al., 2024)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การพัฒนาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณภาพด้านประสาทสัมผัส และความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารและเครื่องดื่ม (Forlani et al., 2022; Giacalone et al., 2022; Muskat et al., 2024) โดยคุณลักษณะของวัตถุดิบเพื่อสุขภาพ เช่น น้ำมะพร้าวอ่อน และดอกอัญชัน มีบทบาทต่อการรับรู้ด้านสี กลิ่น และรสชาติของเครื่องดื่ม (Rethinam & Krishnakumar, 2022; Vidana Gamage et al., 2021) ซึ่งส่งผลต่อระดับความพึงพอใจและการยอมรับของนักท่องเที่ยว (Hossain et al., 2024) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยเชื่อมโยงตัวแปรต้น ตัวแปรตาม และตัวแปรควบคุมตามแนวคิดดังกล่าว ดังแสดงในแผนภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตำบลอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นหน่วยของการวิเคราะห์ (unit of analysis) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (convenience sampling) ซึ่งเป็นวิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงได้ในช่วงเวลาการเก็บข้อมูลจริง ณ พื้นที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ วิธีการดังกล่าวเหมาะสมกับการวิจัยเชิงสำรวจในบริบทการท่องเที่ยว ซึ่งประชากรมีการเคลื่อนที่และไม่สามารถกำหนดกรอบรายชื่อประชากรได้อย่างชัดเจน (Etikan et al., 2015) ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และยินยอมเข้าร่วมการตอบแบบสอบถามโดยสมัครใจ

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือใช้เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งเป็นลักษณะผสมระหว่างแบบสอบถามปลายปิด (closed end) และแบบสอบถามปลายเปิด (opened end) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ เป็นแบบสอบถามลักษณะตัวเลือกที่กำหนดให้จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อเครื่องดื่ม สูตรที่ 1 มีข้อคำถามทั้งสิ้น 13 ข้อ และคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อเครื่องดื่ม สูตรที่ 2 มีข้อคำถามทั้งสิ้น 13 ข้อ เป็นแบบสอบถามจัดลำดับคุณภาพตามแบบวัดของ Likert (1967) ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) มี 5 ระดับ ได้แก่ พอใจมากที่สุด = 5 คะแนน พอใจมาก = 4 คะแนน พอใจปานกลาง = 3 คะแนน พอใจน้อย = 2 คะแนน และพอใจน้อยที่สุด = 1 คะแนน จากเกณฑ์ดังกล่าวเสามารถจัดช่วงคะแนนเอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดในการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วงได้ดังนี้

$$\text{ช่วงชั้นคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด}}{\text{ระดับการวัด}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

จะได้เกณฑ์การวัดระดับคะแนนที่แบ่งเป็น 5 ช่วง ได้ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องดื่มอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องดื่มอยู่ในระดับมาก

คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องดื่มอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องดื่มอยู่ในระดับน้อย

คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องดื่มอยู่ในระดับน้อยที่สุด

จากเกณฑ์ช่วงคะแนนเฉลี่ยดังกล่าว ได้นำมากำหนดเป็นการแบ่งช่วงร้อยละความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเครื่องดื่ม ดังนี้

$$\text{ร้อยละความต้องการ} = \frac{\text{ช่วงคะแนนเฉลี่ยที่ได้} \times 100}{5}$$

$$= \frac{5.0 \times 100}{5}$$

$$= 100$$

จะได้เกณฑ์การวัดระดับร้อยละความต้องการ ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	ความพึงพอใจร้อยละ	84.20 - 100
คะแนนค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	ความพึงพอใจร้อยละ	68.20 - 84.19
คะแนนค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	ความพึงพอใจร้อยละ	52.20 - 68.19
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	ความพึงพอใจร้อยละ	36.20 - 52.19
คะแนนค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	ความพึงพอใจร้อยละ	20.20 - 36.19

ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและการวิจัยทางการท่องเที่ยว ประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย และคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (index of item-objective congruence: IOC) ซึ่งพบว่าทุกข้อคำถามมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 แสดงว่าเครื่องมือวิจัยมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s alpha coefficient) (Cronbach, 1951) ผลการวิเคราะห์พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.89 อยู่ในระดับดี จึงสามารถนำเครื่องมือไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องดื่มจากน้ำมะพร้าวอ่อนผสมกับน้ำดอกอัญชันจำนวน 2 สูตร เพื่อนำไปประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสี กลิ่น และรสชาติ โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามเกณฑ์ของ Likert (1967)



สูตรเครื่องดื่ม

น้ำมะพร้าวอ่อน	5	ออนซ์
น้ำดอกอัญชัญ	4	ออนซ์
น้ำเชื่อมกลิ่นมะพร้าว	1	ออนซ์
น้ำมะนาว	½	ออนซ์
น้ำสับปะรด	½	ออนซ์
โซดา	3	ออนซ์

ภาพที่ 1 แสดงสูตรเครื่องดื่มอัมพวาดีไลท์



สูตรเครื่องดื่ม

น้ำมะพร้าวอ่อน	4	ออนซ์
น้ำเชื่อมกลิ่นมะพร้าว	1	ออนซ์
น้ำผึ้ง	1	ออนซ์
น้ำเชื่อม	½	ออนซ์
น้ำมะนาว	½	ออนซ์

ภาพที่ 2 แสดงสูตรเครื่องดื่มอัมพวาเฟรช

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญ (n = 5)

หัวข้อประเมิน	สูตรที่ 1			สูตรที่ 2		
	$\bar{x}$	S.D.	ความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ความพึงพอใจ
สีเครื่องดื่มมีความเข้มข้น	4.60	0.55	มากที่สุด	4.00	0.71	มาก
สีเครื่องดื่มมีความสวยงาม	4.60	0.55	มากที่สุด	4.00	0.71	มาก
สีของเครื่องดื่มมีลักษณะผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่ม	4.60	0.55	มากที่สุด	4.00	0.71	มาก
กลิ่นของเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้	4.60	0.55	มากที่สุด	4.00	0.71	มาก
กลิ่นของเครื่องดื่มมีความหอมชวนน่าดื่ม	4.60	0.55	มากที่สุด	3.80	0.45	มาก
รสชาติของเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้	4.40	0.55	มากที่สุด	3.80	0.45	มาก
รสชาติของเครื่องดื่มมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกดื่ม	4.40	0.55	มากที่สุด	3.60	0.55	มาก
กลิ่นของเครื่องดื่มมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกดื่ม	4.20	0.45	มาก	3.60	0.55	มาก
รสชาติของเครื่องดื่มมีความเปรี้ยว	4.20	0.45	มาก	3.60	0.55	มาก
รสชาติของเครื่องดื่มมีความเข้มข้น	4.20	0.45	มาก	3.60	0.55	มาก
รสชาติของเครื่องดื่มมีความอร่อยกลมกล่อม	4.20	0.45	มาก	3.40	0.55	มาก
สีของเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาใช้	4.00	0.71	มาก	3.40	0.55	มาก
รสชาติของเครื่องดื่มมีความหวาน	4.00	0.71	มาก	3.40	0.55	มาก
รวม	**4.35**	**0.52**	**มากที่สุด**	**3.70**	**0.63**	**มาก**

จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับสูตรเครื่องดื่มทั้ง 2 สูตร พบว่า สูตรที่ 1 ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงกว่าสูตรที่ 2 โดยค่าเฉลี่ยของสูตรที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.35, SD = 0.52) และสูตรที่ 2 มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$= 3.70, SD = 0.63) ผู้เชี่ยวชาญยังให้คะแนนสูตรที่ 1 สูงกว่าสูตรที่ 2 ในทุกด้าน ทั้งด้านสี กลิ่น และรสชาติ โดยเฉพาะในด้านสีและกลิ่นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$= 4.60, SD = 0.55) ในหลายข้อ ส่วนสูตรที่ 2 ได้คะแนนอยู่ในระดับมาก

($\bar{X}$= 3.40 - 4.00) เท่านั้น สรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญพึงพอใจกับสูตรที่ 1 มากที่สุด และมีความเหมาะสมสำหรับการทดสอบในขั้นตอนถัดไป

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อเครื่องดื่ม (n = 200)

หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
ด้านสีของเครื่องดื่ม	4.36	0.61	มากที่สุด
ด้านรสชาติของเครื่องดื่ม	4.28	0.64	มากที่สุด
ด้านกลิ่นของเครื่องดื่ม	4.17	0.68	มาก
รวม	**4.27**	**0.65**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนความพึงพอใจด้านสีของเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.36, S.D. = 0.61) ด้านรสชาติของเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.28, S.D. = 0.64) และด้านกลิ่นของเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.17, S.D. = 0.68) สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อเครื่องผสมเพื่อสุขภาพสูตรที่ 1 ในภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

อภิปรายผล

1. การพัฒนาและคัดเลือกสูตรเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน พบว่า สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นระบบผ่านกระบวนการออกแบบสูตรและการคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ระบุว่า การดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพอย่างเป็นขั้นตอน ร่วมกับการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญช่วยเพิ่มโอกาสในการได้ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีคุณภาพ และสอดคล้องกับการยอมรับของผู้บริโภค (Moura-Alves et al., 2025) นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญในกระบวนการคัดเลือกสูตร ยังสอดคล้องกับงานวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความรู้และประสบการณ์เฉพาะทางมีบทบาทสำคัญในการลดความเสี่ยงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตอบสนองต่อความคาดหวังของตลาดผู้บริโภค (Pascucci et al., 2023)

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสูตรเครื่องดื่มที่ผ่านการคัดเลือกในด้านสี กลิ่น และรสชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสูตรเครื่องดื่มในระดับมากถึงมากที่สุด โดยเฉพาะด้านสีและรสชาติ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านกลิ่น ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยด้านการประเมินประสาทสัมผัสที่ระบุว่า สีเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพและการสร้างความคาดหวังก่อนการบริโภค และรสชาติเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดการยอมรับและความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริโภค (Steiner & Florack, 2023) สำหรับเครื่องดื่มจากน้ำดอกอัญชัน สีที่ได้จากสารสีธรรมชาติช่วยเสริมความโดดเด่นด้านการรับรู้ด้วยการมองเห็น ส่วนน้ำมะพร้าวอ่อนมีลักษณะรสชาติอ่อนและดื่มง่าย ส่งผลให้เกิดความรู้สึกสดชื่น ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบด้านเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ชี้ว่ารสชาติที่ไม่รุนแรงมีอิทธิพลต่อการยอมรับของผู้บริโภคทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคทั่วไป (Frauenhoffer et al., 2025)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ทั้งสองข้อมีความสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยที่มีอยู่ โดยชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่นผ่านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ และการประเมินความพึงพอใจด้านประสาทสัมผัส สามารถนำไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค และสามารถประยุกต์ใช้ในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังสนับสนุนแนวคิดการเพิ่มมูลค่าทรัพยากรท้องถิ่นผ่านอาหารและเครื่องดื่มอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากน้ำมะพร้าวอ่อนและน้ำดอกอัญชัน โดยการคัดเลือกสูตรโดยผู้เชี่ยวชาญและการประเมินความพึงพอใจด้านประสาทสัมผัสของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และการต่อยอดการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ การพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นองค์ความรู้จากการวิจัย แสดงดังแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงการพัฒนาเครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพในบริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สรุป

จากการวิจัย พบว่า การพัฒนาสูตรเครื่องดื่มร่วมกับการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญสามารถคัดเลือกสูตรที่เหมาะสมได้ โดยสูตรที่ 1 ได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวสูงกว่าสูตรที่ 2 โดยเฉพาะด้านสีและรสชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการยอมรับของผู้บริโภคในบริบทการท่องเที่ยวเชิงอาหารและเครื่องดื่ม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การนำวัตถุดิบท้องถิ่นที่มีคุณค่าทางโภชนาการมาพัฒนาเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพช่วยเพิ่มมูลค่าทรัพยากรชุมชน และสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาเมนูเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจอาหาร โรงแรม และวิสาหกิจชุมชน เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากและสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานท้องถิ่น สามารถนำองค์ความรู้จากงานวิจัยนี้ไปใช้สนับสนุนการพัฒนาท้องถิ่น และวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยว ร้านอาหาร และธุรกิจเครื่องดื่ม ในการออกแบบ

เครื่องดื่มผสมเพื่อสุขภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในอนาคตควรมุ่งศึกษาศักยภาพเชิงพาณิชย์ของผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม SMEs และวิสาหกิจชุมชน เช่น การยอมรับของตลาด ความตั้งใจซื้อ และความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อใช้ประกอบการพัฒนานโยบายและการสนับสนุนผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

Anusorntharangkul, N., & Rugwongwan, Y. (2021). Using inquiry-based learning to explore respect of cultural base design: A case study in Amphawa tourism community, Thailand. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, *34*(1), 164–169. https://doi.org/10.30892/gtg.34121-632.

Campo, R., Porcheddu, D., Rosato, P., & Mai, L. T. (2025). Sensory expectations of beverages generated by colours: A cross-cultural comparison among young consumers. *British Food Journal*, *127*(2), 738–757. https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2024-0215.

Chulaphan, W., & Barahona, J. F. (2021). The determinants of tourist expenditure per capita in Thailand: Potential implications for sustainable tourism. *Sustainability*, *13*(12), 6550. https://doi.org/10.3390/su13126550.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, *16*(3), 297–334. https://doi.org/10.1007/BF02310555.

Emkamol, P. (2022). People participation in tourism destination development: A case study of Amphawa floating market Amphawa district, Samut Songkhram province. *Interdisciplinary Studies Journal*, *21*(2), 29–45. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/sahasart/article/view/247986.

Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2015). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, *5*(1), 1–4. https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11.

Forlani, F., Dini, M., & Pencarelli, T. (2022). The importance of food and beverages in wellness experiences: A cross-continental analysis of tourists' perceptions. *British Food Journal*, *124*(13), 520–540. https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2022-0430.

Frauenhoffer, S., Ola, E., Jervis, S., Gauch, S. E., & Seo, H. S. (2025). Comparison analyses of consumer acceptance, evoked emotions, and purchase intent between gluten-containing versus gluten-free chocolate chip cookie products. *Journal of Food Science*, *90*(5), e70276. https://doi.org/10.1111/1750-3841.70276.

Giacalone, D., Clausen, M. P., & Jaeger, S. R. (2022). Understanding barriers to consumption of plant-based foods and beverages: Insights from sensory and consumer science.

Current Opinion in Food Science, *48*, 100919. https://doi.org/10.1016/j.cofs.2022.100919.

Hossain, M. S., Hossain, M. A., Al Masud, A., Islam, K. Z., Mostafa, M. G., & Hossain, M. T. (2024). The integrated power of gastronomic experience quality and accommodation experience to build tourists' satisfaction, revisit intention, and word-of-mouth intention. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, *25*(6), 1692–1718. https://doi.org/10.1080/1528008X.2023.2173710.

Hsiao, W., Chiang, H., & Amornchaiyakij, N. (2024). The study of economic growth and tourism industry in Thailand. *European Journal of Development Studies*, *4*(4), 62–68. https://doi.org/10.24018/ejdevelop.2024.4.4.370.

Hussain, K., Raman, M., Falahat, M., & Siddiqui, Y. A. (2024). Thai cultural tourism attributes: Emerging trends and sustainable practices. In T. C. Wong, H. P. See, & M. Milligan (Eds.), *Cultural tourism in the Asia Pacific*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-63459-8_7.

Khamwachirapithak, P., & Khongouan, W. (2024). Smart city development in a tourist city with valuable sites of cultural and natural environment: Case study of Amphawa subdistrict municipality, Samut Songkhram province. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, *45*(1), 257–268. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kjss/article/view/269489.

Kitipadung, J., & Jaiborisudhi, W. (2021). Approaches to increase the cultural capital potential to promote community product development: A case study of the Lad Yai herbal salt community enterprise in Samut Songkhram province. *Rajapark Journal*, *15*(42), 24–38. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/252697.

Knollenberg, W., Duffy, L. N., Kline, C., & Kim, G. (2021). Creating competitive advantage for food tourism destinations through food and beverage experiences. *Tourism Planning & Development*, *18*(4), 379–397. https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1798687.

Lewis, S. M., Thancharoen, A., Wong, C. H., López-Palafox, T., Santos, P. V., Wu, C., Faust, L., De Cock, R., Owens, A. C., Lemelin, R. H., & Reed, J. M. (2021). Firefly tourism: Advancing a global phenomenon toward a brighter future. *Conservation Science and Practice*, *3*(5), e391. https://doi.org/10.1111/csp2.391.

Likert, R. (1967). *The human organization: Its management and value*. McGraw-Hill.

Meksumpun, C. (2023). Synthesis of management measures for water resource sustainability and resilient society: A case study of Mae Klong watershed through four-decade evidences. In *International symposium on Construction Resources for Environmentally Sustainable Technologies* (pp. 321–329). Singapore: Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-9219-5_30.

Moura-Alves, M., Mota, J., Lameirão, D., Teixeira, A. F., Saraiva, C., Romero-Rodríguez, M. Á., Vilela, A., & Gonçalves, C. (2025). Multidimensional evaluation of local rye bread

fortified with whey as a model for food waste valorization: From recipe development to consumer acceptance. *Sustainability*, *17*(15), 6710. https://doi.org/10.3390/su17156710.

Muskat, B., Prayag, G., Hosany, S., Li, G., Vu, Q., & Wagner, S. (2024). The interplay of sensory and non-sensory factors in food tourism experiences. *Tourism Review*, *79*(3), 658–670. https://doi.org/10.1108/TR-12-2022-0627.

Park, E., & Kim, S. B. (2024). Food preparation on a budget: An analysis of food consumption practices and the role of health consciousness. *Nutrition Research and Practice*, *18*(6), 897–909. https://doi.org/10.4162/nrp.2024.18.6.897.

Pascucci, F., Savelli, E., & Gistri, G. (2023). How digital technologies reshape marketing: evidence from a qualitative investigation. *Italian Journal of Marketing*, *2023*(1), 27–58. https://doi.org/10.1007/s43039-023-00063-6.

Rethinam, P., & Krishnakumar, V. (2022). Value addition in coconut water. In *Coconut Water: A Promising Natural Health Drink-Distribution, Processing and Nutritional Benefits* (pp. 287–384). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-10713-9_8.

Sangkakorn, K., & Krajangchom, S. (2024). A study of tourist behaviour for the development of Lanna wellness tourism in Thailand. *International Journal of Spa and Wellness*, *7*(3), 277–299. https://doi.org/10.1080/24721735.2024.2384795.

Steiner, K., & Florack, A. (2023). The influence of packaging color on consumer perceptions of healthfulness: A systematic review and theoretical framework. *Foods*, *12*(21), 3911. https://doi.org/10.3390/foods12213911.

Vidana Gamage, G. C., Lim, Y. Y., & Choo, W. S. (2021). Anthocyanins from clitoria ternatea flower: Biosynthesis, extraction, stability, antioxidant activity, and applications. *Frontiers in Plant Science*, *12*, 792303. https://doi.org/10.3389/fpls.2021.792303.

DEVELOPMENT OF AN INSTRUCTIONAL MODEL USING SOCIAL COGNITIVE AND SITUATED LEARNING THEORIES TO ENHANCE CIVIC RESPONSIBILITY AND LEARNING ACHIEVEMENT OF UNDERGRADUATES IN CHINA

Weina Hong*
Faculty of Education, Udon Thani Rajabhat University, Thailand
School of Marxism, Zhejiang University of Science and Technology, China
Chatchai Muangpatom and Julamas Jansrisukot
Faculty of Education Udon Thani Rajabhat University, Thailand
*Corresponding Author E-mail: 61171144@qq.com
Received November 17, 2025; **Revised** March 6, 2026; **Accepted** March 11, 2026

Abstract

The objectives of this study were (1) to develop an instructional model using social cognitive and situated learning theories to enhance Chinese undergraduates' civic responsibility and learning achievement, and (2) to validate the model's quality regarding its feasibility for use in a real class. This study adopted a two-phase mixed research model combining qualitative and quantitative methods as follows: (1) Model development phase: Firstly, the researchers reviewed relevant literature and conducted semi-structured interviews with five experts and ten undergraduates to clarify the theoretical basis and research focus. Secondly, the researchers designed an instructional model using social cognitive and situated learning theories based on the findings from the first step. Thirdly, the researchers invited five experts to validate the model using the Index of Item-Objective Congruence (IOC) and a five-point Likert scale, and the model was revised based on experts' recommendations and (2) Pilot implementation phase: In this phase, the researchers developed experimental tools and conducted a pilot teaching study with sixty non-sample students. The study results were as follows:

(1) The semi-structured interviews affirmed the necessity of developing a new instructional model and the effectiveness of applying social cognitive and situated learning theories in the model development. The developed instructional model using social cognitive and situated learning theories had seven core elements, including instructional theories, principles, objectives, contents, processes, environment and evaluation. Combining the opinions of five experts, the instructional model achieved an IOC score of 1.00 and an overall mean score of 4.72, indicating high content validity and appropriateness. (2) The pilot teaching results initially validated the model's feasibility for use in a real class, and the participants expressed high levels of agreement with the

model, citing improvements in their mastery of course knowledge and civic responsibility.

Keywords: Social cognitive theory, Situated learning theory, Instructional model, Civic responsibility, Learning achievement

Introduction

As representatives of the new generation of intellectual resources, undergraduates' sense of collective responsibility directly influences society development. However, the Survey Report on Chinese Undergraduates' Sense of Social Responsibility released by Tianjin Normal University (2022) has indicated that undergraduates' understanding of responsibility is polarized, their willingness to assume civic responsibilities is unstable, there is a disconnection between knowledge and action in the practice of civic responsibilities, and their sense of responsibility in the virtual online society needs to be strengthened. To effectively address these issues, multi-dimensional interventions are required, with education being a key intervention strategy. In response, the CPC Central Committee and the State Council of China (2025) have issued *The Education Power Construction Plan Outline (2024-2035)*, explicitly stressing advancing the reform of ideological and political courses in universities and the integration of ideological and political education with practical education. As the "first lesson in life" for Chinese undergraduates, the Ideology, Morality and the Rule of Law (IMRL) course is designated as a core carrier to cultivate students' civic responsibility. However, due to the deep-rooted output-oriented and didactic education model, the course reform has achieved no significant breakthroughs in integrating abstract concepts with real-life situations, balancing interest and compulsory learning, and connecting responsibility awareness with responsibility internalization. Hence, advancing the IMRL course reform to optimize students' learning experience and enhance their sense of civic responsibility remains a pressing and enduring imperative in higher education.

Social cognitive theory (SCT) has a profound impact on the education field. Within its framework, teachers can enhance students' emotional states, learning abilities and self-regulation skills, while optimizing classroom environments and instructional structures. Situated learning theory (SLT) is an important theory in educational psychology, highlighting placing learners in specific situations to improve their knowledge comprehension and learning engagement. The integration of SCT and SLT can remedy existing deficiencies in the LMRL course, including the disconnection between theory and context and the separation between responsibility cognition and practical action. To this end, this study constructs an instructional model guided by SCT and SLT to improve undergraduates' ideological and moral standards, legal literacy, academic performance, and civic responsibility.

Research Objectives

1. To develop an instructional model based on SCT and SLT to enhance Chinese undergraduate' civic responsibility and learning achievement.

2. To validate the model's quality regarding its feasibility for use in a real class.

Literature Review

1. Instructional model

Joyce, B. and Weil, M. (2000) defined instructional models as systematic methods used by teachers in specific instructional contexts, comprising a series of structured strategies and procedures aimed at achieving specified educational objectives. As for instructional model components, Joyce, B. and Weil, M. (1972) argued that Instructional models should include instructional objectives, instructional strategies, teaching environment, teaching content, and teaching feedback. Chen, G. (1998) proposed instructional models that should include theoretical basis, objectives and principles, content organization, teaching methods, evaluation and feedback, and teaching environment. Synthesizing these views, this research identifies seven components of instructional models: instructional theories, principles, objectives, contents, processes, environment, and assessment.

2. Social cognitive theory (SCT)

Bandura, A. (1986) defined that core concepts of SCT include triadic reciprocal determinism (human action is the outcome of a triadic interaction between personal, behavioral and environmental), observational learning (acquiring new knowledge by observing others' actions and consequences with processes including attention, retention, production and motivation), and self-efficacy (belief in ability to perform a task or achieve a goal). Guided by the theory, this study develops an instructional model. Specifically, core principles of SCT applied in model development include emphasizing the interaction between environment, individual and behavior (Bandura, A., 1986), providing opportunities for observational and imitative learning (Schunk, D., 2012), using positive incentives and feedback to enhance motivation (Zimmerman, B., 2000), and highlighting situational context influence on personal growth (Flavell, J., 1992).

3. Situated learning theory (SLT)

Lave, J. and Wenger, E. (1991) described that SLT include three core concepts: community of practice, legitimate peripheral participation (the process of moving from knowledge to practice) and apprenticeship learning; and include two learning principles: presenting knowledge in practical contexts, and learning through social interaction and collaboration. In summary, SLT holds that learners achieve cross-situational knowledge

transfer, emotional enhancement, and behavioral output through perception, interaction, and expression in specific contexts. This inspires the construction of instructional models that connect knowledge to real life situations and the creation of authentic teaching environments.

4. Related research on SCT and SLT in educational applications

SCT and SLT have been widely applied in empirical researches in diverse educational contexts. Panigrahi, R. et al. (2022) applied SCT to examine how environmental factors (e.g., peer and instructor interactions) influence student engagement in blended learning environments. Results showed that the factors positively affected engagement, which enhanced perceived learning effectiveness and academic performance. Wang, F. and Noordin, Z. (2024) constructed a moderated mediation model based on SCT to explore the relationship between undergraduates' academic self-efficacy and learning engagement. Results indicated academic self-efficacy had a significant positive predictive effect on undergraduates' learning engagement. Grounded in SLT, Lin, H. and Chen, Q. (2025) investigated the effects of AI-assisted learning on undergraduates' motivation, emotion regulation, and academic uncertainty. Results demonstrated that the AI group, designed in alignment with SLT principles, exhibited significantly higher motivation and emotion regulation as well as lower academic uncertainty than the control group. Tzou, Y. (2024) conducted an empirical study on translation teaching grounded in SLT, emphasizing that teacher-guided collaborative situated learning—supported by authentic learning scenarios from online communities of non-professional translators—can significantly improve students' translation knowledge and skills. Taken together, these studies demonstrate that both SCT and SLT provide valuable insights into improving undergraduates' learning experiences and outcomes, serving as a robust theoretical foundation for developing effective instructional models in educational practice.

Conceptual Framework

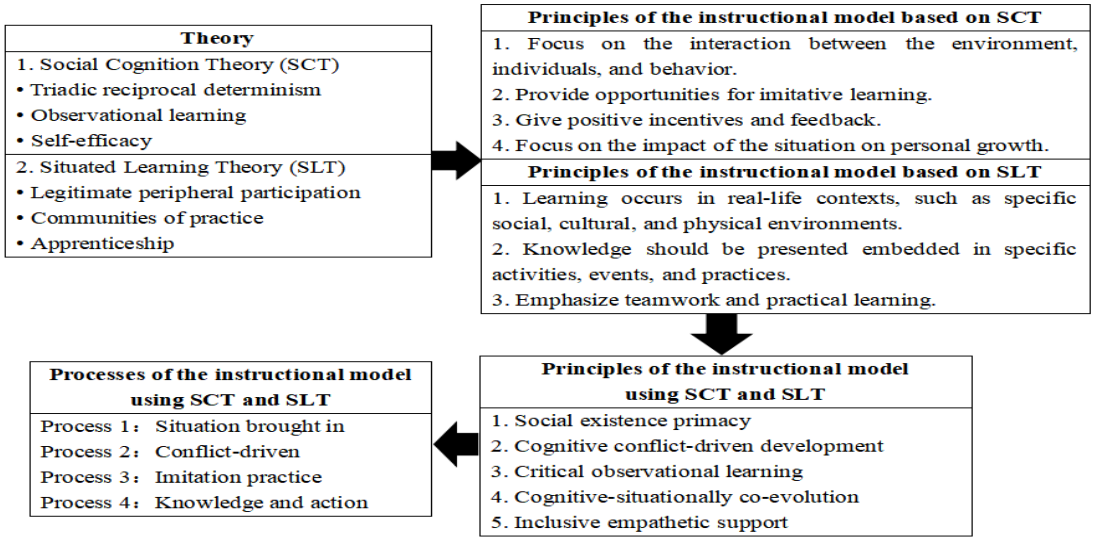


Figure 1 Conceptual framework in developing processes of the instructional model using SCT and SLT

Figure 1 presents the conceptual framework for developing the instructional model, extracting core pedagogical principles from the two theories and defining five overarching instructional principles and four sequential processes of the model.

Research Methodology

Phase 1: Model development

1. Target group: Five experts (purposively selected, including two in Curriculum and Instruction, two in teaching the IMRL course, and one in Assessment and Evaluation) and ten undergraduates (had completed the IMRL course at ZUST) for semi-structured interviewing, and five purposively selected experts (doctoral degree +≥ 5 years' experience) for evaluating.

2. Research instruments: (1) semi-structured interview protocols; and (2) an instructional model evaluation form consisting of open-ended questions and a 5-point Likert scale, and an IOC rating scale for the instructional model.

3. Data collection: (1) Semi-structured interview: Invitations were sent to participants. Interviews were conducted in person and data were recorded via notes, audio, and video then transcribed into written documents; (2) Expert evaluation: The draft instructional model and evaluation tools were distributed to experts. Experts independently evaluated the model and returned completed forms with comments. The researcher compiled and organized the raw data.

4. Data analysis: (1) Interview data were analyzed via the content analysis method to extract shared insights and unique perspectives, synthesized to provide evidence-based input for the model development; (2) The IOC, mean and standard deviation (S.D.) of expert ratings were calculated to evaluate the content validity and appropriateness of the model.

Phase 2: Pilot implementation

1. Population and samples: The target population consisted of 1,740 first-year students from 29 classes at ZUST who were enrolled in the IMRL course. From this population, a sample of 60 students was selected by simple random sampling.

2. Research instruments: (1) Six lesson plans (three used in the pilot teaching), developed based on the model, with an overall mean score of 4.35 (> 4.0) and a total S.D. score of 0.14 (< 0.2), reflecting a high level of consistency among the experts' opinions; (2) The undergraduate civic responsibility assessment scale, comprising 50 items (all achieved positive IOC values, with approximately 80% of the items receiving an IOC score of 1.00, demonstrating good content validity); and (3) Learning achievement test paper on the IMRL course, with the IOC values of questions ranging from 0.60 to 1.00, indicating adequate content validity.

3. Data collection: (1) Classroom observations, recorded by the researcher and one assistant; and (2) Student feedback, gathered from reflective comments completed by all 60 students after the lessons.

4. Data analysis: (1) Quantitative analysis: The IOC, mean and S.D. were used to evaluate the content validity and appropriateness of the research instruments; and (2) Qualitative analysis: Content analysis was used to analyze students' feedback and classroom observation records.

Results

1. Develop an instructional model using SCT and SLT

The researchers conducted semi-structured interviews with five experts and ten undergraduates to clarify the research focus. Results showed that interviewees agreed that civic responsibility was essential for qualified undergraduates. However, some students lacked a deep understanding of responsibility, and there was a polarization between awareness and actions. The IMRL course was essential for cultivating civic responsibility. However, due to overly traditional teaching models and theoretical teaching content, and insufficient situational experience, students lacked participation, interest, and a sense of achievement in the course. Course evaluation focused on knowledge levels, makes it difficult to reflect core goals of civic responsibility. In response, experts suggested developing an instructional model based on SCT

and SLT, with the main components including instructional theories, principles, objectives, processes, contents, environment, and evaluation. Based on the interview findings and literature analysis, the researchers designed an instructional model using SCT and SLT, which had seven components: instructional theories, principles, objectives, contents, processes, environment, and assessment. The teaching processes were structured into four parts and twelve steps.

Table 1 Framework of the Teaching Processes

Process 1 : Situation brought in (15 minutes)
Teaching step 1: Creating teaching atmosphere • Design environment matching teaching themes and build trustworthy teacher-student relationships. **Teaching step 2**: Introducing hot topics in society • Introduce real hot topics matching teaching themes and present topics objectively. **Teaching step 3**: Linking teaching and learning themes • Select cognitive touchpoints matching teaching objectives to introduce teaching themes, and provide necessary foundational concepts for in-depth learning.
Process 2 : Conflict-driven (45 minutes)
Teaching step 4: Constructing cognitive conflict • Pose questions (expressed in real-life conflicts and confusions) linked to learning themes, and identify real-life points of cognitive dissonance or possible confusion. **Teaching step 5**: Error-tolerant discussion • Encourage students to think and express views on topics authentically. Give inclusive empathic support (allowing controversial views to emerge). Establish corrective feedback mechanisms to turn erroneous views into teaching resources. **Teaching step 6**: Critical demonstration • Flesh discussed issues out (choosing specific cases for one aspect of the cognitive conflict). Visualize issue-solving mindset by models. Guide students to the answer through reverse thinking, questioning, or confusion. Translate others' experiences into personal cognitive strategies through critical interrogation. **Teaching step 7:** Providing theoretical support • Translate specific experiences in the example case into pedagogical knowledge. Theoretical elaboration of pedagogical knowledge points. Guide students to re-address the previously presented epistemic conflict with the theory tools.
Process 3: Imitation practice (45 minutes)
Teaching step 8: Situational reconstruction • Design complex or open-ended scenarios and guide students to identify changes and challenges. **Teaching step 9**: Critical learning • Organize cooperation and discussions and provide theoretical support at right time. Control potential on-site situations, such as too much debate. **Teaching step 10**: Cognitive reframing • Review critical learning processes, give positive incentives to students, and identify and correct deficiencies in learning. Summary teaching points and construct a mind map.
Process 4 ： Knowledge and action (30 minutes)
Teaching step 11: In-class quiz • Post a link to the accompanying quiz. Error analysis and Q&A. **Teaching step 12**: Community practice tasks • Publish practice task theme and requirements. Follow up and guide students to implement practical tasks. Guide students to evaluate practice results. Result Presentation and social application.

The model was evaluated by five experts using the IOC method and a five-point Likert scale. The model achieved an IOC score of 1.00 and an overall mean score of 4.72, indicating high content validity and appropriateness. And experts suggested refining teaching objectives and strengthening the task guidance and teacher-student interaction in activities, and the means of formative assessment and process feedback.

Table 2 Appropriate Evaluation of Instructional Model

NO.	Components	Expert's rating					Mean	S.D.	Interpretation
		1	2	3	4	5			
1	Theories	5.00	4.75	5.00	5.00	4.50	4.85	0.33	High level
2	Principles	4.67	5.00	4.33	4.67	5.00	4.73	0.48	High level
3	Objectives	4.67	4.33	5.00	5.00	4.67	4.73	0.33	High level
4	Contents	5.00	4.33	5.00	4.67	4.67	4.73	0.48	High level
5	Processes	4.33	4.33	4.67	5.00	4.67	4.6	0.51	High level
6	Environment	5.00	5.00	4.00	4.67	5.00	4.73	0.48	High level
7	Evaluation	4.67	4.33	4.67	4.67	5.00	4.67	0.48	High level
	Total						4.72	0.44	

2. Validate the model's quality regarding its feasibility for use in a real class

In the pilot implementation phase, three revised and improved theme-based lesson plans were used. Overall, the results initially validated the model's feasibility for use in a real class, as detailed below:

2.1 Students' feedback

As can be seen from Table 3, most students generally reflected that the course content was close to real life, and the situational design could stimulate interest and in-depth thinking, which enhanced their mastery of knowledge, and ability of expression, cooperation and inquiry. Some students began to take the initiative to pay attention to social issues and showed a stronger sense of responsibility. Teachers generally believed that the model is logical, clear and operational, with an active classroom atmosphere and high student participation, initially realizing the combination of knowledge and action.

Table 3 Students' Feedback (Pilot Sample Size: N=60)

Item	Percentage of agreement	Keyword excerpts
Teaching content close to reality	94.6%	'Cases are real', 'very grounded', 'relevant to me'
Situational design provokes	92.1%	thinking 'Suddenly started to think about who I am', 'Really impactful'
Increased interest in learning	89.3%	'Not like traditional Civics class', 'I would like to continue to listen'
Enhanced sense of responsibility	85.7%	'For the first time', 'I feel connected to society'

2.2 Analysis results of the assessment scale and test paper

The reliability coefficient of the undergraduate civic responsibility assessment scale was 0.93, considered acceptable. The try-out results indicated that the scale was clear, easy to understand, and demonstrated an acceptable level of reliability. The overall reliability of the test paper was good ($\alpha \approx 0.93$), with good measurement consistency. The difficulty coefficient of questions ranged from 0.59 to 0.67, which was appropriate, with a certain degree of differentiation, and could cover the requirements of multilevel competence. And the IOC values of questions ranged from 0.60 to 1.00, indicating adequate content validity.

Body of knowledge

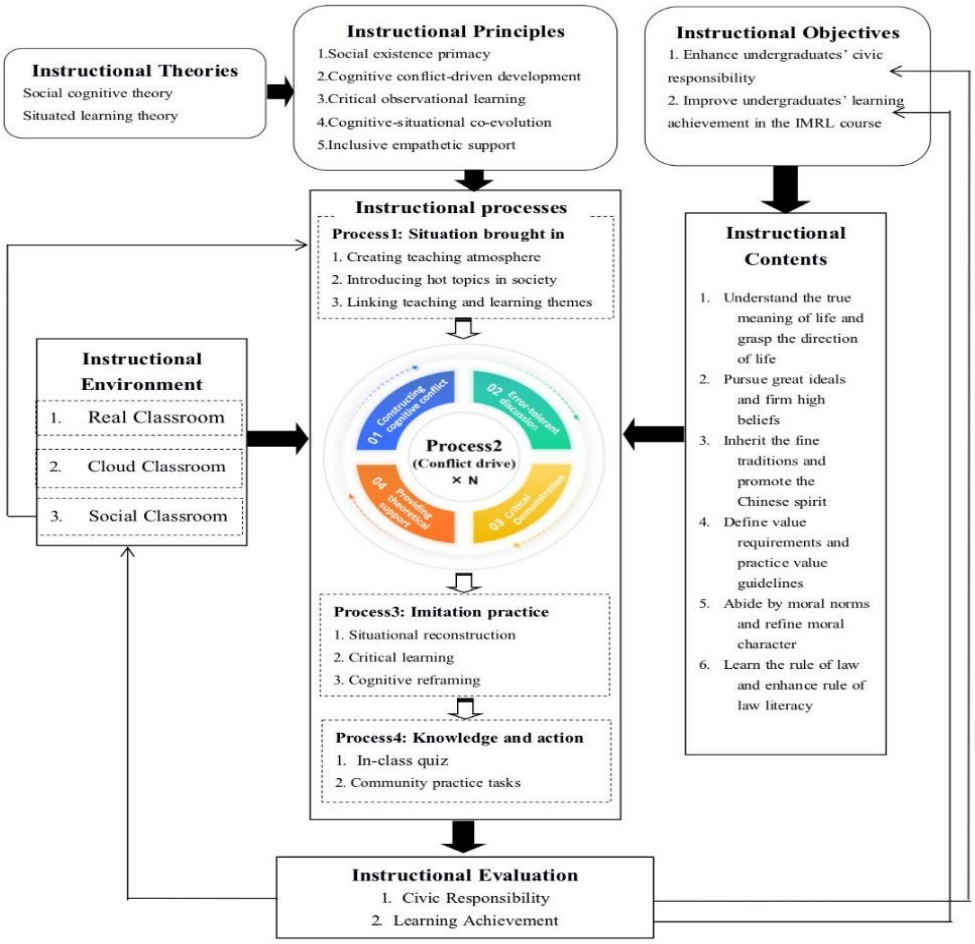


Figure 2 The instructional model using SCT and SLT

Figure 2 shows the instructional model with seven interrelated core components: Theories (SCT & SLT integration) underpin the model and guide the formulation of principles; objectives and contents form the core teaching blueprint, with four-phase processes designed under the principles to deliver the contents and achieve the objectives within the tailored environment, and the model's efficacy for fostering civic responsibility and learning achievement is measured by the evaluation system.

Conclusion

Semi-structured interviews verified the significance of civic responsibility and education's key role in cultivating civic responsibility. However, instructional models currently fail to meet the cultivation need, highlighting the necessity and urgency of instructional model innovation. Interviews and literature review collectively validated

the applicability of SLT and SCT in model development. based on preceding findings, this study developed an instructional model using SCT and SLT, consisting seven components, namely instructional theories, principles, objectives, contents, processes, environment, and evaluation. The model achieved an IOC score of 1.00 and an overall mean score of 4.72, indicating high content validity and appropriateness.

The pilot teaching yielded generally satisfactory outcomes. Students and teachers involved in the pilot teaching had favorable feedback on the model. Students stated the course can improve their knowledge mastery level, comprehensive abilities and civic responsibility. Teachers regarded the model as logically coherent and highly operable. Analyses of the assessment scale and test paper indicated that the scale was comprehensible and dependable with a reliability coefficient of 0.93. The test paper was reliable, well-designed and valid, with a reliability coefficient of 0.93, the difficulty coefficient of questions ranging from 0.59 to 0.67, and the IOC values of questions ranging from 0.60 to 1.00. Collectively, the pilot results preliminarily validated the model's feasibility for use in a real class and provided valuable experience for model optimization and subsequent teaching experiments.

In practice, the model addresses rote learning's core flaws by emphasizing situational interaction, active cognition and knowledge-action integration, shifting students from passive memorization to active exploration. Policy-wise, it aligns with national reform goals, translating quality-oriented education and theory-practice integration requirements into concrete classroom strategies. In summary, this study proposes a theoretically rigorous and practically viable framework that promotes undergraduates' academic achievement and civic responsibility, providing theoretical and empirical guidance for the modernization of ideological and political education in Chinese higher education.

Discussion

This research successfully developed an instructional model using SCT and SLT to enhance undergraduates' civic responsibility and learning achievement. The model consists of seven core interrelated components.

The theoretical foundation of the model is the integration of SCT and SLT, on the basis of which five core instructional principles are formulated: social existence primacy (Bandura, A., 1986), cognitive conflict-driven development (Lave, J. & Wenger, E., 1991), critical observational learning (Bandura, A., 1986), cognitive-situationally co-evolution (Bandura, A., 1986; Lave, J. & Wenger, E., 1991) and inclusive empathetic support (Bandura, A., 1986). The instructional objectives clearly define the knowledge,

skills and civic responsibilities that learners need to master, and the corresponding instructional contents cover outlook on life, ideals and beliefs, the spirit of China, core socialist values, moral values, legal knowledge and the spirit of the rule of law.

The model's four instructional processes are consistent with the knowledge contextualization advocated by SLT and the dynamic "environment-behavior-cognition" interaction model in SCT. Process 1 (Situation brought in) takes advantage of the situated nature of knowledge, with instructors presenting real-world problems to guide students to connect new and old experiences through observation and questioning. Process 2 (Conflict-driven) is based on Piaget's cognitive disequilibrium theory, constructing cognitive conflicts in controversial situations to stimulate students' enthusiasm for exploring new knowledge. Process 3 (Imitation practice) enables students to apply learned methods and experiences to complex situational problems, enhancing their practical skills, self-efficacy (Bandura, A., 1986) and civic responsibility, which aligns with Bandura, A.'s (1997) view that observational learning from role models builds learners' new skills, and successful imitation enhances their self-efficacy and promotes sustained practice. Process 4 (Knowledge and action) guides students to transform knowledge into practice via real-life tasks, realizing the unity of knowledge and action, and the improvement of social responsibility. learners adjust knowledge application in practice to achieve contextual reconstruction of knowledge (Lave, J. & Wenger, E., 1991), and their practical behaviors further generate or reconstruct new social situations (Bandura, A., 1986).

The instructional environment of the model includes real classrooms, social classrooms and cloud classrooms. For evaluation, the model adopts a combination of quantitative and qualitative methods: the evaluation of civic responsibility involves three dimensions (cognition, identity and action) in four aspects (individual, family, country and society), integrating the research of Wei, J. et al. (2015); learning achievement evaluation refers to exam results, mainly assessing students' knowledge, skills and higher-order thinking abilities (Bloom, B., 1956; Schunk, D. et al., 2014).

Suggestion

The recommendations are given as follows depending on the study result.

Utilizing Research Findings

Research findings highlighted the significance of civic responsibility and education's pivotal role in its cultivation. Traditional instructional models are insufficient to address cultivation demands, thereby necessitating pedagogical innovation.

The instructional model developed based on SCT and SLT demonstrated high content validity, and its pilot implementation yielded positive outcomes, confirming the model's feasibility. Accordingly, education institutions and relevant authorities are advised to adopt the following strategies: Attach greater importance to undergraduate civic responsibility education and advance the innovation of traditional curriculum models. The developed instructional model using SCT and SLT may be implemented via small-scale pilot teaching prior to full-scale application to accumulate practical experience and refine details based on practical scenarios. Notably, the model's application requires no comprehensive restructuring of existing courses but can be implemented through modular integration, with its core steps gradually integrated into current teaching as modules.

Future Research

It is possible to deepen the exploration of mediating variables or conduct in-depth studies on individual student differences (e.g., prior knowledge, motivation, cultural background), teacher characteristics, and the moderating effects of school and community environmental factors on model efficacy.

Reference

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.

Bloom, B. S. (1956). *Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals*. Handbook I: Cognitive domain. David McKay.

Chen, G. S. (1998). *Educational principles*. East China Normal University Press.

Flavell, J. H. (1992). Cognitive development: Past, present, and future. *Developmental Psychology, 28*(6), 998–1005. https://doi.org/10.1037/0012-1649.28.6.998

Joyce, B., & Weil, M. (1972). *Models of teaching*. Prentice Hall.

Joyce, B., & Weil, M. (2000). *Models of teaching* (6th ed.). Allyn & Bacon.

Lave, J., & Wenger, E. (1991). *Situated learning: Legitimate peripheral participation*. Cambridge University Press.

Lin, H., & Chen, Q. (2025). *Does artificial intelligence-assisted learning positively affect college students' motivation, emotion regulation, and academic uncertainty? Insight from situated learning theory*. Learning and Motivation, 92, Article 102202. https://doi.org/10.1016/j.lmot.2025.102202.

Panigrahi, R., Srivastava, P. R., Panigrahi, P. K., & Dwivedi, Y. K. (2022). Role of internet self-efficacy and interactions on blended learning effectiveness. *Journal of Computer Information Systems, 62*(6), 1239–1252. https://doi.org/10.1080/08874417.2021.2004565

Schunk, D. H. (2012). *Learning theories: An educational perspective* (6th ed.). Pearson Education.

Schunk, D. H., Pintrich, P. R., & Meece, J. L. (2014). *Motivation in education: Theory, research, and practice* (4th ed.). Pearson Higher Education.

The CPC Central Committee & The State Council of China. (2025). *The Education Power Construction Plan Outline (2024-2035)*. The CPC Central Committee & The State Council of China. https://www.gov.cn/gongbao/2025/issue_11846/202502/content_7002799.html

Tianjin Normal University. (2022). *Survey report on Chinese university students' sense of social responsibility*. Tianjin Normal University Press.

Tzou, Y. Z. (2024). Situated learning in the translation class: Exploring the effects of engaging college students in an online crowdsourcing translation project. *The Interpreter and Translator Trainer, 18*(4), 563–580. https://doi.org/10.1080/1750399X.2024.2423476

Wang, F. H., & Noordin, Z. M. (2024). The Cultivation of College Students' Sense of Social Responsibility: An Analysis of Student's Involvement in Social Practice. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development, 13*(1), 2780–2788. https://doi.org/10.6007/ijarped/v13-i1/21096

Wei, J. P., Wei, N., & Zhang, J. J. (2015). *A survey report on the social responsibility of college students nationwide*. China Book Press.

Zimmerman, B. J. (2000). Self-efficacy: An essential motive to learn. *Contemporary Educational Psychology, 25*(1), 82–91. https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1016

อิทธิพลของอัตราส่วนทางการเงินต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

THE INFLUENCE OF FINANCIAL RATIOS ON THE STOCK PRICES OF REAL ESTATE DEVELOPMENT COMPANIES LISTED ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

พิทักษ์ ทบจันทร์, สุกัญยา กิตติคุณงาม*, เจษฎาภรณ์ ยานุพรหม และธนาวุฒิ แก้วอินทร์
Pitak Thobjan, Sukanya Kittikhunngam*, Jessadaporn Yanuphrom and Thanawut Kaew-in
คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Krungthep
*Corresponding Author E-mail: sukanya.k@mail.rmutk.ac.th
Received December 10, 2025; **Revised** March 18, 2026; **Accepted** March 22, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของอัตราส่วนทางการเงินต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้ข้อมูลจากงบการเงินและอัตราส่วนทางการเงิน ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1-4 พ.ศ. 2558-2567 จำนวน 200 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้ข้อมูลประเภททุติยภูมิ โดยนำข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาจัดรูปแบบและเรียงลำดับระยะเวลา แหล่งข้อมูลมาจากดัชนีราคาหลักทรัพย์ของกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ แบบจำลองการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และวิธีสมการถดถอยในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินทั้ง 5 ประเภทกับราคาหลักทรัพย์ ได้แก่ 1) อัตราส่วนทุนหมุนเวียน สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 69 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 2) อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์บริษัทแลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 66 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 3) อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์บริษัทเฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 15 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 4) อัตราส่วนทุนหมุนเวียน และอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 64 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และ 5) อัตราส่วนทุนหมุนเวียน สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ได้ร้อยละ 90 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

คำสำคัญ: ราคาหลักทรัพย์, อัตราส่วนทางการเงิน, อสังหาริมทรัพย์, ตลาดหลักทรัพย์

Abstract

This article aimed to study the influence of financial ratios on the stock prices of real estate development companies listed on the Stock Exchange of Thailand. This

quantitative research utilized financial statements and financial ratios from the first to fourth quarters of 2015 to 2024, yielding a total of 200 samples. The researchers used secondary data, organizing the selected sample data into formats and time series. The data source was the real estate development sector stock price index from the Stock Exchange of Thailand. The statistical analysis used multiple regression models and regression equations.

The results revealed significant relationships between certain financial ratios and stock prices, varying by company: 1) The Current Ratio explained 69% of the change in the stock price of Central Pattana Public Company Limited at a 99% confidence level, 2) The Total Asset Turnover Ratio explained 66% of the change in the stock price of Land and Houses Public Company Limited at a 99% confidence level, 3) The Total Asset Turnover Ratio explained 15% of the change in the stock price of Frasers Property (Thailand) Public Company Limited at a 95% confidence level, 4) The Current Ratio and Total Asset Turnover Ratio explained 64% of the change in the stock price of Supalai Public Company Limited at a 99% confidence level, and 5) The Current Ratio explained 90% of the change in the stock price of AP (Thailand) Public Company Limited at a 95% confidence level.

Keywords: Stock price, Financial Ratios, Real estate, Stock exchange

บทนำ

สภาพเศรษฐกิจของประเทศไทยปี พ.ศ. 2567 มีผลต่อกำลังซื้อในตลาดที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการที่อยู่อาศัย ได้แก่ ระดับหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูงร้อยละ 89 ของ GDP อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคและความสามารถในการขอสินเชื่อลดลง โดยเฉพาะผู้ที่มีรายได้ระดับกลางลงมาส่งผลให้ยอดขายลดลง ขณะที่ผู้ประกอบการจำนวนมากเลือกที่จะชะลอการเปิดโครงการใหม่เพื่อรอดูสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ แต่ภาคอสังหาริมทรัพย์ยังได้รับประโยชน์จากการฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยว โดยเฉพาะกำลังซื้อจากชาวต่างชาติที่ยังคงสนใจโครงการระดับราคา 5 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งเป็นปัจจัยช่วยให้ตลาดคอนโดมิเนียมในเมืองไม่หดตัวลงมากนัก นอกจากนี้การเร่งเบิกจ่ายงบประมาณภาครัฐยังช่วยกระตุ้นสภาพคล่องในระบบ ช่วยกระตุ้นกำลังซื้อบางส่วน แต่ยอดขายรวมและยูนิตเปิดขายใหม่ยังคงติดลบ (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2567)

ตลาดที่อยู่อาศัยในช่วงปี พ.ศ. 2568–2570 มีการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในกรุงเทพฯ ปริมณฑล และจังหวัดสำคัญในแต่ละภูมิภาค การลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐในระบบขนส่งมวลชนและรถไฟฟ้า เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นความต้องการที่อยู่อาศัยและจำนวนชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในไทยเพิ่มขึ้น ช่วยเพิ่มความต้องการที่อยู่อาศัยทั้งการซื้อเพื่ออาศัยและเพื่อลงทุน โครงการร่วมมือของผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์กับบริษัทที่มีชื่อเสียงได้รับความนิยมจากผู้

มีรายได้สูง ทำให้ยอดขายคอนโดมิเนียมเติบโตสูงโดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ต และการเปิดตัวโครงการใหม่ในพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ เช่น จังหวัดชลบุรีหรือโครงการระเบียงเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) เพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นในอนาคต (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2568)

เมื่อพิจารณาถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงของตลาดอสังหาริมทรัพย์ในช่วงที่ผ่านมาได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเศรษฐกิจ ภาคท่องเที่ยว จำนวนประชากร พฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนความเสี่ยงด้านหนี้สินของภาคครัวเรือน จึงเกิดคำถามสำคัญว่าการเปลี่ยนแปลงของภาคอสังหาริมทรัพย์เหล่านี้ แสดงให้เห็นลักษณะของมูลค่ากิจการและราคาหลักทรัพย์ ของบริษัทผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อย่างไร ความผันผวนของยอดขาย ต้นทุนการพัฒนา อัตราดอกเบี้ย ตลอดจนกำลังซื้อของผู้บริโภค ส่งผลต่อมูลค่าบริษัทและความเชื่อมั่นของนักลงทุนอย่างไร

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญในการศึกษาอิทธิพลของอัตราส่วนทางการเงินต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินมูลค่าธุรกิจ ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจของนักลงทุน และเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารในการกำหนดกลยุทธ์ทางการเงินและการดำเนินงาน ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของตลาดในสภาวะที่เศรษฐกิจและสังคมกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของอัตราส่วนทางการเงินต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีประสิทธิภาพตลาดทุน (Efficient Market) หมายถึง ตลาดซึ่งมีราคาของหลักทรัพย์ที่สามารถสะท้อนข้อมูลข่าวสารทุกประเภทอย่างรวดเร็ว ถูกต้องและทั่วถึง ผ่านการรับรู้ของผู้ลงทุนและผู้ที่เกี่ยวข้องในตลาด ผลของข้อมูลนั้นสามารถสะท้อนให้อยู่ในราคาของหลักทรัพย์ได้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2553)

ทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory) มีข้อสมมติที่ว่านักลงทุนจะมีข้อมูลทุกอย่างเกี่ยวกับแนวโน้มของบริษัทในอนาคตเหมือนกับผู้บริหาร แต่ความจริงผู้บริหารมีข้อมูลที่ดีกว่านักลงทุน ทำให้สามารถคาดการณ์อนาคตของบริษัทได้ดีกว่า นักลงทุนควรศึกษาพฤติกรรมที่บริษัทหรือผู้ถือหุ้นรายใหญ่ส่งสัญญาณให้กับผู้ถือหุ้นรายย่อย และพิจารณาจากอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ เช่น โครงสร้างเงินทุน อัตราส่วนสภาพคล่อง และความสามารถในการทำกำไร เป็นต้น (Spence, 1973)

แนวคิดเกี่ยวกับมูลค่ากิจการ หมายถึง มูลค่าที่แสดงถึงการวัดหรือการให้คุณค่าของกิจการในรูปตัวเงิน ซึ่งการวัดหรือประเมินมูลค่ากิจการมี 4 วิธี คือ 1) การประเมินมูลค่ากิจการจากสินทรัพย์ 2) การประเมินมูลค่ากิจการด้วยวิธีเปรียบเทียบอัตราส่วนตลาด 3) การประเมินมูลค่ากิจการด้วยวิธีกระแสเงินสด (โยธิน ทวีกิติกุล, 2562) และ 4) การประเมินมูลค่ากิจการด้วยวิธี Tobin’s Q

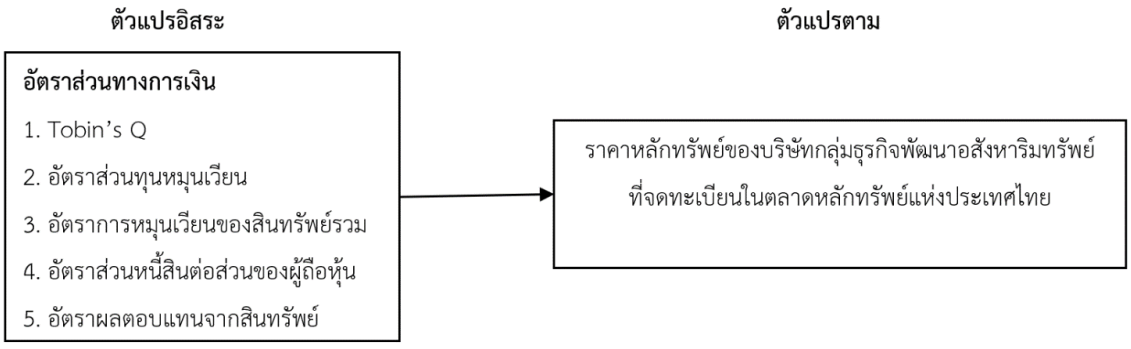
แนวคิด Tobin’s Q นำเสนอโดย Professor James T. Tobin เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมในการวัดมูลค่ากิจการ โดยนำข้อมูลจากงบการเงินกับข้อมูลด้านตลาดทุน เพื่อสะท้อนประสิทธิภาพและมูลค่าที่แท้จริงขององค์กรในมุมมองของนักลงทุน (Tobin & Brainard, 1976)

แนวคิดนี้ถือว่าเป็นตัวชี้วัดสำคัญของ Firm Value และมักใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน รวมถึงใช้ในการวิจัยด้านการเงินองค์กร การคำนวณ Tobin's Q ของ (Lindenberg and Ross, 1981) ได้พัฒนาแนวทางการคำนวณ มีความแม่นยำสูงแต่มีขั้นตอนซับซ้อน ใช้ข้อมูลจำนวนมาก และต้องอาศัยการประเมินราคาเปลี่ยนแทนอย่างละเอียด (Chung and Pruitt, 1994) ได้มีการปรับสูตรให้ง่ายขึ้น โดยคำนวณมูลค่าทางการตลาดจากผลรวมมูลค่าทางการตลาดของหุ้นสามัญ หุ้นบุริมสิทธิ และหนี้สิน และใช้มูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์แทนราคาเปลี่ยนแทน และมีการทดสอบกับการคำนวณค่า Tobin's Q ตามแนวทางของ Lindenberg and Ross เนื่องจากได้รับการยอมรับว่าถูกต้องตามทฤษฎี ซึ่งค่าที่คำนวณได้จากทั้ง 2 วิธีมีความใกล้เคียงกันมาก (มากกว่าร้อยละ 96) (มนวิกา ผดุงสิทธิ์, 2548) นักวิจัยส่วนใหญ่นิยมการคำนวณ Tobin's Q ในรูปแบบวิธีการของ Chung and Pruitt (1994) รวมถึงการศึกษาในครั้งนี้ด้วย ดังนี้

$$\text{ค่า Tobin's Q} = \frac{\text{มูลค่าตลาดทั้งหมดของบริษัท}}{\text{มูลค่าทางบัญชีของสินทรัพย์}}$$

การใช้อัตราส่วนทางการเงินกับ Tobin's Q มักถูกใช้ในการประเมินมูลค่าหุ้น และการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน สามารถอธิบายผลกระทบของนโยบายการเงินต่อราคาหลักทรัพย์ ดังนั้นการใช้ข้อมูลจากงบการเงินกับตัวชี้วัดมูลค่าตลาด จึงเป็นแนวทางช่วยให้นักลงทุนประเมินศักยภาพและมูลค่าของบริษัทได้ถูกต้อง การศึกษาครั้งนี้ใช้อัตราส่วนทางการเงินที่วัดความสามารถในการทำกำไร โดย Hamouda & Jilani (2023) พบว่าความสามารถในการทำกำไร เป็นปัจจัยสำคัญที่อธิบายโครงสร้างทุนของบริษัท อัตราส่วนในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย 1) อัตราส่วนมูลค่าทางตลาดทั้งหมดต่อมูลค่าทางบัญชีของสินทรัพย์ (Tobin's Q) 2) อัตราส่วนทุนหมุนเวียน 3) อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม 4) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น 5) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างคือหลักทรัพย์ในกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 5 บริษัท โดยใช้เกณฑ์ตามขนาดของสินทรัพย์สูงสุด 5 อันดับแรก ที่มีข้อมูลงบการเงินและอัตราส่วนทางการเงินตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 พ.ศ. 2558 ถึงไตรมาสที่ 4 พ.ศ. 2567 รวม 10 ปี จำนวน 200 ตัวอย่าง เนื่องจากมีขนาดกิจการและมูลค่าการลงทุนสูง มีความสำคัญต่อโครงสร้างของอุตสาหกรรม โดยมีสัดส่วนมูลค่าตลาดรวมที่แสดงให้เห็นภาพรวมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในตลาดทุน มีการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินอย่างต่อเนื่องและโปร่งใสในการรายงานข้อมูล สามารถทำการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ได้ ทั้งนี้ได้สำรวจข้อมูลและเลือกใช้ข้อมูล ณ วันที่ 1 เมษายน 2568 โดยมีรายชื่อบริษัทจากการสุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) (CPN) 2) บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) (LH) 3) บริษัท เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) (FPT) 4) บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) (SPALI) และ 5) บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน (AP) (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2568)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ข้อมูลที่ใช้ผู้วิจัยใช้เป็นข้อมูลประเภททุติยภูมิ โดยนำข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาจัดรูปแบบและเรียงลำดับระยะเวลา ได้แก่ ดัชนีราคาหลักทรัพย์ งบการเงินและอัตราส่วนทางการเงินรายไตรมาส ปี พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2567 จาก SETSMART (SET Market Analysis and Reporting Tool) ได้แก่ 1) ราคาหลักทรัพย์ (ราคาปิด) (P) หน่วยบาท 2) Tobin's Q (Q) หน่วยเท่า 3) อัตราส่วนทุนหมุนเวียน (CR) หน่วยเท่า 4) อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (TAT) หน่วยเท่า 5) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) หน่วยเท่า และ 6) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) หน่วยร้อยละ

3. แบบจำลองและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้ศึกษาได้ใช้แบบจำลอง จากสถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเขียนความสัมพันธ์ในรูปแบบของสมการได้ดังนี้

3.1 ตัวแบบที่ใช้ในการศึกษา (Model) $Y= \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 +...+ \beta_x X_n + \varepsilon$

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและประมวลผล ได้แก่ Eviews14 และ Excel

3.3 สมการถดถอย $Price_t = \beta_0 + \beta_1 Q_t + \beta_2 CR_t + \beta_3 TAT_t + \beta_4 DE_t + \beta_5 ROA_t + \varepsilon_t$

4. การวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแบบจากแบบจำลอง โดยการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) และการตรวจสอบปัญหาสหสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ใช้วิธีการพิจารณาค่า Durbin Watson Test

5. การทดสอบสมมติฐาน ทำการทดสอบค่าสถิติ t (T-statistic) สมมติฐานในการทดสอบได้แก่

H_0 : อัตราส่วนทางการเงินไม่มีอิทธิพลกับราคาหลักทรัพย์

H_1 : อัตราส่วนทางการเงินมีอิทธิพลกับราคาหลักทรัพย์

ผลการวิจัย

1. การทดสอบ Unit Root Test

ก่อนการประมาณแบบจำลอง ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติความนิ่งของข้อมูลอนุกรมเวลาด้วยการทดสอบ Augmented Dickey-Fuller (ADF) โดยกำหนดสมการทดสอบให้มีค่าคงที่ (Intercept) และเลือกจำนวน lag ที่เหมาะสมด้วยเกณฑ์ Schwarz Information Criterion (SIC) ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่ ได้แก่ Q CR TAT DE และ ROA ไม่เป็น Stationary ที่ระดับ Level เนื่องจากไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานว่าง อย่างไรก็ตาม เมื่อนำข้อมูลมาหาผลต่างระดับ **1**st Difference พบว่าทุกตัวแปร ยกเว้น LH มีค่าสถิติ ADF ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 1 แสดงว่า ตัวแปรเหล่านี้เป็น Stationary สำหรับ LH เป็น Stationary ที่ระดับ **2**nd Difference ดังนั้นข้อมูลจึงเหมาะสมสำหรับการนำไปวิเคราะห์ในแบบจำลองต่อไป

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบ Unit Root (Unit Root Test)

Variable	ADF (Level)	p-value	ADF (1st Diff.)	p-value	ADF (2nd Diff.)	p-value	Integration order
D(CPN)	-2.0069	0.5794	-8.6050	0.0000	-	-	I (1)
D(Q)	-2.2082	0.4720	-5.9389	0.0001	-	-	I (1)
D(CR)	-2.2360	0.4573	-5.9380	0.0001	-	-	I (1)
D(TAT)	-2.0663	0.5477	-5.9423	0.0001	-	-	I (1)
D(DE)	-2.1655	0.4946	-5.9298	0.0001	-	-	I (1)
D(ROA)	-2.5060	0.3237	-5.9528	0.0001	-	-	I (1)
D(LH)	-3.1156	0.1185	-2.5747	0.2933	-15.72594	0.0000	I (2)
D(Q)	-2.7357	0.2287	-6.3516	0.0000	-	-	I (1)
D(CR)	-2.5643	0.2977	-6.5204	0.0000	-	-	I (1)
D(TAT)	-2.2037	0.4744	-6.3438	0.0000	-	-	I (1)
D(DE)	-2.3279	0.4098	-6.4880	0.0000	-	-	I (1)
D(ROA)	-1.3353	0.8597	-5.9925	0.0001	-	-	I (1)
D(FPT)	-3.1049	0.1201	-16.2345	0.0000	-	-	I (1)
D(Q)	-1.2418	9.8836	-7.1599	0.0000	-	-	I (1)
D(CR)	-2.0477	0.5577	-6.0188	0.0001	-	-	I (1)
D(TAT)	-1.9308	0.6195	-5.9234	0.0001	-	-	I (1)
D(DE)	-1.6127	0.7646	-5.6659	0.0003	-	-	I (1)
D(ROA)	-2.0478	0.5576	-5.9314	0.0001	-	-	I (1)
D(SPALI)	-2.6954	0.2444	-4.9101	0.0018	-	-	I (1)
D(Q)	-1.4601	0.8262	-6.3992	0.0000	-	-	I (1)
D(CR)	-2.7568	0.2210	-6.1679	0.0000	-	-	I (1)
D(TAT)	-1.2185	0.8894	-5.7841	0.0002	-	-	I (1)
D(DE)	-1.3533	0.8589	-6.5898	0.0000	-	-	I (1)
D(ROA)	-2.2754	0.4341	-6.4302	0.0000	-	-	I (1)
D(AP)	-1.9066	0.6320	-6.7619	0.0000	-	-	I (1)
D(Q)	-2.1840	0.4848	-5.9230	0.0001	-	-	I (1)
D(CR)	-2.5763	0.2926	-4.2996	0.0087	-	-	I (1)
D(TAT)	-2.4305	0.3590	-5.9748	0.0001	-	-	I (1)
D(DE)	-1.6955	0.7291	-5.3063	0.0008	-	-	I (1)
D(ROA)	-1.9497	0.6096	-5.9599	0.0001	-	-	I (1)

2. การตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity)

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตัดตัวแปรอิสระ ซึ่งมีค่าเกินกว่า 0.80 เนื่องจากตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง และเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ D(CPN) พบว่า Tobin's Q (D(Q)) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D(DE)) และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (D(ROA)) โดยมีค่า -0.92 และ 0.87 ตามลำดับ ผู้วิจัยจึงเลือกตัดตัวแปรอิสระ (D(DE)) และ (D(ROA)) ออก D(LH) พบว่า D(Q) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับอัตราส่วนทุนหมุนเวียน (D(CR)) และอัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D(DE)) โดยมีค่า -0.94 และ 0.99 ตามลำดับซึ่งมีค่าเกินกว่า 0.80 ผู้วิจัยจึงเลือกตัดตัวแปรอิสระ (D(CR)) และ (D(DE)) ออก D(FPT) พบว่า D(Q) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับ อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D(DE)) และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ทั้งหมด (D(ROA)) โดยมีค่าเท่ากับ 0.91 ซึ่งมีค่าเกินกว่า 0.80 ผู้วิจัยจึงเลือกตัดตัวแปรอิสระ (D(DE)) และ (D(ROA)) ออก D(SPALI) พบว่า D(Q) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับ อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D(DE)) โดยมีค่าเท่ากับ 0.99 ซึ่งมีค่าเกินกว่า 0.80 ผู้วิจัยจึงเลือกตัดตัวแปรอิสระ (D(DE)) ออก และ D(AP) พบว่า ไม่มีตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าเกินกว่า 0.80 และน้อยกว่า -0.80

1. การตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน

การตั้งสมมติฐานในการทดสอบโดยใช้ Durbin Watson d Statistic

H_0: ρ เท่ากับ 0 (Non-Autocorrelation)

H_0: ρ ไม่เท่ากับ 0 (Autocorrelation)

พบค่า D.W. (Durbin Watson) CPN เท่ากับ 2.1152 LH เท่ากับ 1.7004 FPT เท่ากับ 1.8029 SPALI เท่ากับ 1.5805 AP เท่ากับ 2.1630 ทั้งหมดไม่พบปัญหา Autocorrelation ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5 – 2.5 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561)

2. ค่าสัมประสิทธิ์การขยายตัวของความแปรปรวน (Variance Inflation Factor หรือ VIF)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การขยายตัวของความแปรปรวน (VIF)

	Variable	Coefficient Variance	Centered VIF	ผลการทดสอบ
CPN	D(Q)	0.1213	2.1765	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
	D(CR)	0.0595	3.3379	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
	D(TAT)	0.0797	2.0377	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
LH	D(Q)	861.2621	5.1823	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
	D(TAT)	459.0470	4.2282	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
	D(ROA)	0.0303	1.7098	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
FPT	D(Q)	84.8626	2.2329	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
	D(CR)	2.4615	2.7836	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
	D(TAT)	110.6433	1.5714	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
SPALI	D(Q)	57.7053	1.4077	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
	D(CR)	0.8173	1.7061	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
	D(TAT)	177.4147	3.0481	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
	D(ROA)	0.1398	2.9879	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
AP	D(Q)	103.4386	2.2460	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
	D(CR)	0.3708	2.9218	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
	D(TAT)	42.6135	6.0509	ไม่พบปัญหา Multicollinearity
	D(ROA)	0.0839	4.8229	ไม่พบปัญหา Multicollinearity

***หมายเหตุ ใช้ค่า Centered VIF เนื่องจากเป็นค่าที่เหมาะสมสำหรับการประเมิน Multicollinearity ของตัวแปรอิสระ และตัวแปรอิสระที่เลือกใช้ในโมเดลใช้เกณฑ์การคัดเลือกจาก Correlation Matrix

3. ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ CPN (Multiple Regression Analysis)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-value
Q	38.6491	35.5687	1.0866	0.2849
CR	16.8094	5.7506	2.9231	0.0061***
TAT	98.5797	118.9039	0.8291	0.4128
C	7.4169	43.8210	0.1693	0.8666
R-squared		0.6948		

พบว่า CR สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ดังกล่าว ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 (Prob. < 0.01) โดย CR มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 16.81 หมายความว่าถ้า CR เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยจะทำให้ราคาหลักทรัพย์ CPN เปลี่ยนแปลงไป 16.81 บาท ในทิศทางเดียวกัน ค่า R^2 ได้เท่ากับ 0.69 คือ CR สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ CPN ได้ร้อยละ 69 ส่วนที่เหลือร้อยละ 31 เป็นผลจากปัจจัยอื่นและเขียนสมการได้ดังนี้

$$\mathbf{CPN}_t = 7.41 + 38.65\mathbf{Q}_t + 16.81\mathbf{CR}_t \text{ ***} + 98.58\mathbf{TAT}_t + \boldsymbol{\varepsilon}_t$$

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ LH (Multiple Regression Analysis)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-value
Q	5.8931	7.4470	0.7913	0.4342
TAT	20.6434	4.7809	4.3179	0.0001***
ROA	0.0294	0.0604	0.4877	0.6289
C	-0.3687	5.6983	-0.0647	0.9488
R-squared		0.6647		

พบว่า TAT สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ดังกล่าวที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 (Prob. < 0.01) โดย TAT มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 20.64 หมายความว่าถ้า TAT เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยจะทำให้ราคาหลักทรัพย์ LH เปลี่ยนแปลงไป 20.64 บาท ในทิศทางเดียวกัน ค่า R^2 ได้เท่ากับ 0.66 คือ TAT สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ LH ได้ร้อยละ 66 ส่วนที่เหลือร้อยละ 34 เป็นผลจากปัจจัยอื่นและเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\mathbf{LH}_t = -0.37 + 5.90\mathbf{Q}_t + 20.64\mathbf{TAT}_t \text{ ***} + 0.03\mathbf{ROA}_t + \boldsymbol{\varepsilon}_t$$

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ FPT (Multiple Regression Analysis)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-value
Q	-0.9794	5.6265	-0.1741	0.8628
CR	0.9142	0.7726	1.1833	0.2449
TAT	-19.0955	9.1535	-2.0862	0.0445***
C	16.2754	3.4903	4.6631	0.0000
R-squared		0.1482		

พบว่า TAT สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ดังกล่าว ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Prob. < 0.05) โดย TAT มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -19.10 หมายความว่าถ้า TAT เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยจะทำให้ราคาหลักทรัพย์ FPT เปลี่ยนแปลงไป 19.10 บาท ในทิศทางตรงกันข้าม ค่า R^2 คำนวณได้เท่ากับ 0.15 คือ TAT มีความสามารถในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์บริษัท FPT ได้ร้อยละ 15 ส่วนที่เหลือร้อยละ 85 เป็นผลจากปัจจัยอื่นและเขียนสมการได้ดังนี้

$$\mathbf{FPT}_t = 16.27 - 0.98\mathbf{Q}_t + 0.91\mathbf{CR}_t + -19.10\mathbf{TAT}_t^{***} + \boldsymbol{\varepsilon}_t$$

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ SPALI (Multiple Regression Analysis)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-value
Q	0.4267	6.2654	0.0681	0.9461
CR	-5.3450	0.9106	-5.8698	0.0000***
TAT	42.7975	10.0560	4.2560	0.0002***
ROA	-0.0198	0.2942	-0.0673	0.9467
C	18.6152	3.8774	4.8009	0.0000
R-squared		0.6397		

พบว่า CR สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ดังกล่าวที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 (Prob. < 0.01) โดย CR มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -5.34 หมายความว่าถ้า CR เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยจะทำให้ราคาหลักทรัพย์ SPALI เปลี่ยนแปลงไป 5.34 บาท ในทิศทางตรงกันข้าม นอกจาก CRแล้วยังมีตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99 (Prob. < 0.01) นั่นคือ TAT มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 42.80 หมายความว่าถ้า TAT เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยจะทำให้ราคาหลักทรัพย์ SPALI เปลี่ยนแปลงไป 42.80 บาทในทิศทางเดียวกัน

ค่า R^2 คำนวณได้เท่ากับ 0.64 หมายความว่าตัวแปรอิสระ CR และ TAT มีความสามารถในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์บริษัท SPALI ได้ร้อยละ 64 ส่วนที่เหลือร้อยละ 36 เป็นผลจากปัจจัยอื่นและเขียนสมการได้ดังนี้

$$\mathbf{SPALI}_t = 18.62 + 0.43\mathbf{Q}_t - 5.35\mathbf{CR}_t^{***} + 42.80\mathbf{TAT}_t - 0.02\mathbf{ROA}_t + \boldsymbol{\varepsilon}_t$$

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ AP (Multiple Regression Analysis)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-value
Q	2.3503	32.1972	0.0730	0.9423
CR	-2.4813	0.9505	-2.6104	0.0136***
TAT	-6.1073	11.3619	-0.5375	0.5946
DE	-2.5399	6.3620	-0.3992	0.6924
ROA	0.7706	0.5907	1.3046	0.2013
C	15.4560	12.8507	1.2027	0.2379
R-squared		0.9022		

พบว่า CR สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ดังกล่าว ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (Prob. < 0.05) โดย CR มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -2.48 หมายความว่าถ้า CR เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยจะทำให้ราคาหลักทรัพย์ AP เปลี่ยนแปลงไป 2.48 บาท ในทิศทางตรงกันข้าม ค่า R^2 คำนวณได้เท่ากับ 0.90 คือ CR มีความสามารถในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์บริษัท AP ได้ ร้อยละ 90 ส่วนที่เหลือร้อยละ 10 เป็นผลจากปัจจัยอื่นและเขียนสมการได้ดังนี้

$$\mathbf{AP}_t = 15.45 + 2.35\mathbf{Q}_t - 2.48\,\mathbf{CR}_t \;^{***} - 6.11\mathbf{TAT}_t - 2.54\mathbf{DE}_t + 0.77\mathbf{ROA}_t + \boldsymbol{\varepsilon}_t$$

อภิปรายผล

บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) CPN พบว่า CR มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อราคาหลักทรัพย์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ 16.81 และค่า R^2 เท่ากับ 0.69 แสดงว่าสภาพคล่องเป็นปัจจัยที่นักลงทุนให้ความสำคัญ เนื่องจากบริษัทอยู่ในอุตสาหกรรมพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์ขนาดใหญ่ ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนจำนวนมาก การมีสภาพคล่องที่เพียงพอช่วยลดความเสี่ยงด้านกระแสเงินสด และเพิ่มความสามารถในการขยายกิจการ (Brigham & Ehrhardt, 2016; Opler et al., 1999) รายงานประจำปีของ CPN ระบุถึงนโยบายบริหารสภาพคล่องเพื่อรองรับการลงทุนโครงการใหม่ (บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน), 2566) สอดคล้องกับแนวคิดทางการเงินที่ระบุว่าสภาพคล่องที่เหมาะสมช่วยเพิ่มมูลค่ากิจการ จากการลดต้นทุนทางการเงินและความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Almeida et al., 2004)

บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) LH พบว่า TAT มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ 20.64 และค่า R^2 0.66 แสดงว่านักลงทุนให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์ การหมุนเวียนสินทรัพย์ที่สูงแสดงถึงความสามารถในการบริหารโครงการ การใช้สินทรัพย์อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อผลกำไรและราคาหุ้น (García-Teruel & Martínez-Solano, 2007) บริษัทที่บริหารสินทรัพย์ได้ดีจะมีความสามารถในการสร้างผลตอบแทนสูง (Brigham & Ehrhardt, 2016) บริษัทมีกลยุทธ์ด้านการพัฒนาโครงการเพิ่มยอดขาย และการหมุนเวียนของสินทรัพย์ ส่งผลต่อการดำเนินงานและระดับราคาหลักทรัพย์อย่างมีประสิทธิภาพ (บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน), 2566)

บริษัท เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) FPT พบว่า TAT มีความสัมพันธ์เชิงลบกับราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับร้อยละ 95 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ –19.10 และค่า R^2 เท่ากับ 0.15 แสดงว่าการหมุนเวียนสินทรัพย์อธิบายความเคลื่อนไหวของราคาหุ้นได้เพียงเล็กน้อย อาจเกิดจากโครงสร้างธุรกิจของ FPT ซึ่งเน้นการลงทุนในสินทรัพย์ระยะยาว เช่น คลังสินค้า อาคารสำนักงาน และอสังหาริมทรัพย์เชิงอุตสาหกรรม การเพิ่มขึ้นของ TAT อาจมาจากการจำหน่ายสินทรัพย์บางส่วน (บริษัท เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน), 2566) โดยการเพิ่มการหมุนเวียนสินทรัพย์จากการขายสินทรัพย์ อาจส่งผลเชิงลบต่อการรับรู้ของตลาดเนื่องจากกระทบต่อศักยภาพ การสร้างรายได้ในอนาคต (Opler et al., 1999)

บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) SPALI พบว่าปัจจัยทางการเงินที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ทั้ง CR และ TAT อย่างมีนัยสำคัญ แต่มีทิศทางตรงกันข้าม โดย CR มีผลเชิงลบ (–5.34) TAT มีผลเชิงบวก (42.80) ค่า R^2 เท่ากับ 0.64 อยู่ในระดับที่อธิบายความผันแปรของราคาหลักทรัพย์ได้ดี CR

ที่มีค่าสูงแสดงถึงการถือครองสินทรัพย์หมุนเวียนมากเกินไป เช่น ที่ดินรอการพัฒนาหรือสินค้ารอโอน (Brigham & Ehrhardt, 2016) นักลงทุนให้ความสำคัญกับค่า TAT ที่สูง เนื่องจากบริษัทมีการหมุนเวียนโครงการและสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง (García-Teruel & Martínez-Solano, 2007) รายงานประจำปีของ SPALI มีแนวทางบริหารต้นทุนและการเร่งโอนโครงการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสร้างรายได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลเชิงบวกของ TAT (บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน), 2566)

บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) พบว่า CR มีอิทธิพลต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัท AP อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อสภาพคล่องของบริษัท CR เพิ่มขึ้น ราคาหุ้นมีแนวโน้มลดลง ซึ่งในตลาดทุนให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรมากกว่าการถือครองสินทรัพย์หมุนเวียนในระดับสูง (บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน), 2566)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า Q ไม่มีอิทธิพลต่อราคาหุ้น ต่างจากสภาพคล่องและประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ โดยสภาพคล่อง CR ระดับที่เหมาะสม 1.5 ถึง 2 เท่า สูงกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมอื่น เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความจำเป็นในการใช้เงินทุนหมุนเวียนมาก มีความเสี่ยงจากยอดขายที่อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และปัญหาความล่าช้าในการดำเนินโครงการ แสดงถึงความสามารถในการบริหารกระแสเงินสด และโอกาสในการขยายโครงการใหม่ ส่งผลเชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์ ขณะที่สภาพคล่องที่มากเกินจำเป็น แสดงถึงการใช้เงินทุนที่ไม่มีประสิทธิภาพและส่งผลเชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์ ประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์ TAT ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์แตกต่างกันตามรูปแบบธุรกิจ โดยบริษัทที่เน้นการพัฒนาและขายโครงการได้รับการประเมินมูลค่าในเชิงบวกมากกว่าบริษัทที่เน้นการถือครองสินทรัพย์เพื่อสร้างรายได้ระยะยาว นักลงทุนให้ความสำคัญกับคุณภาพของการใช้สินทรัพย์มากกว่าปริมาณของสินทรัพย์ ราคาหลักทรัพย์ไม่ตอบสนองต่อขนาดสินทรัพย์ แต่ตอบสนองต่อความสามารถในการหมุนเวียนสินทรัพย์ให้เป็นรายได้ ดังนั้นอัตราการหมุนเวียนทรัพย์สิน TAT จึงสามารถอธิบายประสิทธิภาพการดำเนินงาน และนักลงทุนใช้ประเมินมูลค่ากิจการได้ ดังแสดงในแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สรุป

บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน) พบว่า CR สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99 ราคาหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลงไป 16.81 บาท ในทิศทางเดียวกัน และอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้ร้อยละ 69 บริษัท แลนด์ แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) พบว่า TAT สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ร้อยละ 99 ราคาหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลงไป 20.64 บาท ในทิศทางเดียวกัน และอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้ร้อยละ 66 บริษัท เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) พบว่า TAT สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ราคาหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลงไป 19.10 บาท ในทิศทางตรงกันข้าม และอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้ร้อยละ 15 บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน) พบว่า CR สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99 ราคาหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลงไป 5.34 บาทในทิศทางตรงกันข้าม และ TAT อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 99 ราคาหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลงไป 42.80 บาทในทิศทางเดียวกัน สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้ร้อยละ 64 และบริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) พบว่า CR สามารถอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ราคาหลักทรัพย์เปลี่ยนแปลงไป 2.48 บาท ในทิศทางตรงกันข้าม และอธิบายการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้ร้อยละ 90

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 บริษัทควรบริหารสภาพคล่องอย่างมีประสิทธิภาพ โดยรักษา CR ให้อยู่ในระดับเหมาะสม นักลงทุนสามารถใช้ CR เป็นปัจจัยประกอบการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ โดยฝ่ายบริหารสามารถสื่อสารข้อมูลด้านสภาพคล่องให้ผู้ลงทุนรับรู้ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและลดความผันผวนของราคา

1.2 บริษัทควรเพิ่มประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์ เช่น การบริหารโครงการ การบริหารสินค้าคงคลัง การควบคุมต้นทุน นักลงทุนควรติดตาม TAT อย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นตัวแปรที่อธิบายราคาได้ดี บริษัทควรลงทุนในเทคโนโลยีหรือระบบบริหารสินทรัพย์ เพื่อเพิ่มประสิทธิผลของโครงการ

1.3 ผู้บริหารควรตรวจสอบการใช้สินทรัพย์เพื่อสร้างรายได้ และปัจจัยอื่นที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ เช่น ความเชื่อมั่นของผู้เช่า อสังหาริมทรัพย์เพื่ออุตสาหกรรม ความเสี่ยงจากเศรษฐกิจ เป็นต้น ส่วนนักลงทุนควรระมัดระวังในการใช้ TAT เป็นตัวทำนายราคาหลักทรัพย์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรเพิ่มตัวแปรอิสระด้านการเงินและไม่ใช่การเงิน โดยนำปัจจัยอื่นยังไม่ถูกนำมาวิเคราะห์ เช่น อัตราการเติบโตของรายได้ ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาค เช่น GDP ดอกเบี้ยนโยบาย อัตราเงินเฟ้อ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นผู้ลงทุนและข่าวสาร เป็นต้น

2.2 วิเคราะห์เหตุผลเชิงคุณภาพควบคู่กับเชิงปริมาณ ควรเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์นักวิเคราะห์การเงิน ความเชื่อมั่นผู้ลงทุน เหตุการณ์เฉพาะบริษัท เช่น การเปิดโครงการใหม่ ปรับโครงสร้างทุน เพื่อช่วยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร

2.3 ขยายขอบเขตการวิจัยกับบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในเอเชีย เช่น สิงคโปร์ ฮ่องกง จีน หรือบริษัทในยุโรปหรืออเมริกา เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางการเงินที่มีผลต่อราคาหุ้นเมื่อเทียบกับดัชนีตลาดโลกหรือเฉพาะในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows* (พิมพ์ครั้งที่ 13). หจก. สามลดา.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สถาบันกองทุนเพื่อพัฒนาตลาดทุน ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน. (2553). *ตลาดเงินและการลงทุนในหลักทรัพย์.* ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2568, 10 มีนาคม). *รายชื่อบริษัทกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์.* ดัชนี พัฒนาอสังหาริมทรัพย์. https://www.set.or.th/th/market/index/set/propcon/ prop

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2568, 1 ตุลาคม). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2568-2570: ธุรกิจที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล.* วิจัยกรุงศรี. https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/real-estate/housing-in-bmr/io/housing-in-bmr-2025-2027

บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน). (2566). *รายงานประจำปี 2566 (แบบ 56-1 One Report).* https://investor.centralpattana.co.th/th/document/viewer/161865/annual-report-2023-56-1-one-report

บริษัท เฟรเซอร์ส พร็อพเพอร์ตี้ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). (2566). รายงานประจำปี 2566 (แบบ 56-1 One Report). https://fpt.listedcompany.com/misc/onereport/20231214-fpt-onereport-2023-th.pdf

บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)). (2566). *รายงานประจำปี 2566 (แบบ 56-1 One Report).* https://lh.listedcompany.com/misc/ar/20240322-lh-or2023-th.pdf

บริษัท ศุภาลัย จำกัด (มหาชน). (2566). *รายงานประจำปี 2566 (แบบ 56-1 One Report).* https://spali.listedcompany.com/misc/one-report/spali-one-report-2023-th.pdf

บริษัท เอพี (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน). (2566). *รายงานประจำปี 2566 (แบบ 56-1 One Report).* https://ap.listedcompany.com/misc/one-report/20240321-ap-or2023-th.pdf

มนวิกา ผดุงสิทธิ์. (2548). การประเมินผลการปฏิบัติงานตาม*แนวคิด Tobin-Tobin's Q. วารสารบริหารธุรกิจคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, *28*(106), 13-22.

โยธิน ทวีกิติกุล. (2562). *การประเมินมูลค่ากิจการ ในแนวการศึกษาชุดวิชาการจัดการการเงินขั้นสูงและการวิเคราะห์หลักทรัพย์ (หน่วยที่ 6).* มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สาขาวิชาวิทยาการจัดการ.

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2568, 10 มีนาคม). *สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยทั่วประเทศ ไตรมาสที่ 4 ปี 2567 และแนวโน้มปี 2568.* ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. https://www.reic.or.th/Research/334

Almeida, H., Campello, M., & Weisbach, M. S. (2004). The cash flow sensitivity of cash. *The Journal of Finance, 59*(4), 1777–1804. https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2004.00679.x

Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2016). *Financial management: Theory and practice* (15th ed.). Cengage Learning.

Chung, Kee H. and Pruitt, Stephen W. (1994). A Simple Aproximation of Tobin's Q. *Financial Management, 23*(3), 70-74. https://doi.org/10.2307/3665623

García-Teruel, P. J., & Martínez-Solano, P. (2007). Effects of working capital management on SME profitability. *International Journal of Managerial Finance, 3*(2), 164–177. https://doi.org/10.1108/17439130710738718

Hamouda, R. Z. B., & Jilani, F. (2023). Impact of the Global Financial Crisis and the Tunisia's Jasmine Revolution on the Corporate Capital Structure: Evidence from Four Arab Countries. *International Journal of Economics and Financial Issues*, *13*(6), 124-134. https://doi.org/10.32479/ijefi.15196

Lindenberg, Eric B. and Ross, Stephen A. (1981). Tobin's Q Ratio and Industrial Organization. *Journal of Business, 54*(1), 1-32. http://dx.doi.org/10.1086/296120

Opler, T., Pinkowitz, L., Stulz, R., & Williamson, R. (1999). The determinants and implications of corporate cash holdings. *Journal of Financial Economics, 52*(1), 3–46. https://doi.org/10.1016/S0304-405X(99)00003-3

Spence, M. (1973). Job market signaling. *Quarterly Journal of Economics*, *87*(3), 355-374.

Tobin, J., & Brainard, W. C. (1976). *Asset Markets and the Cost of Capital* (Working Paper No. 427; Cowles Foundation Discussion Papers). Cowles Foundation for Research in Economics, Yale University. https://EconPapers.repec.org/RePEc:cwl:cwldpp:427

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX AND SERVICE QUALITY ON FOREIGN TOURISTS' INTENTION TO STAY IN MEDIUM-SIZED HOTELS IN PHUKET

Warisa Rajkitchorb*
Faculty of Management Sciences, Phuket Rajabhat University
*Corresponding Author E-mail: warisa.r@pkru.ac.th
Received November, 30, 2025; **Revised** March, 23, 2026; **Accepted** March, 26, 2026

Abstract

This study aims to: (1) examine opinions on the marketing mix and service quality influencing foreign tourists' intention to stay in medium-sized hotels in Phuket, (2) identify marketing mix components affecting this intention, and (3) explore service quality aspects with similar effects. A mixed-methods design was employed using questionnaires and interviews. Quantitative data were collected from 400 foreign tourists (n = 400) who had stayed in medium-sized hotels in Phuket, while qualitative insights were obtained through in-depth interviews with seven informants (n = 7) from the hotel sector. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) and multiple regression analysis, whereas qualitative data were examined through content analysis and presented narratively. The findings revealed high levels of agreement across all dimensions. Both the marketing mix and service quality significantly influenced tourists' behavioral intention to stay. The regression results indicated that marketing mix variables explained 34.6% of the variance (R^2 = .346) in tourists' intention to stay, while service quality demonstrated stronger explanatory power, accounting for 71.2% of the variance (R^2 = .712). Among the marketing mix factors, place, price, and product showed the strongest influence on tourists' behavioral intention, highlighting the importance of accessibility, perceived value, and room quality. In terms of service quality, empathy, reliability, and responsiveness have been identified the most influential dimensions affecting tourists' accommodation decisions. Overall, the findings suggest that medium-sized hotels should strengthen both marketing strategies and service quality practices, particularly by enhancing service responsiveness, maintaining competitive pricing, and improving accessibility through digital platforms and online travel agencies. These strategies may help medium-sized hotels increase competitiveness and attract international tourists in Phuket's tourism market.

Keywords: Marketing Mix, Service Quality, Behavioral Intention to Use, Medium-sized Hotel, Phuket Province

Introduction

The tourism industry plays a critical role in driving economic growth at both global and national levels, contributing substantially to income generation, employment, and sustainable development (UNWTO, 2023). In Thailand, tourism is not only a key economic pillar but also an essential mechanism for promoting cultural heritage, environmental conservation, and international engagement (Tourism Authority of Thailand, 2021). Among Thailand's major tourist destinations, Phuket stands out due to its abundant natural resources, strong international connectivity, and well-established global reputation. In 2023, Phuket welcomed more than 10 million visitors and generated approximately 330 billion baht in tourism revenue, reflecting the province's central role in Thailand's tourism economy.

Phuket currently has approximately 1,786 accommodation establishments providing more than 92,600 rooms, reflecting the large scale of the hospitality sector supporting international tourism (The Nation Thailand, 2023). Furthermore, industry reports estimate that around 1,000 licensed hotels operate in Phuket with nearly 100,000 available rooms, highlighting the island's substantial accommodation capacity (Bangkok Post, 2024). However, despite their importance within the tourism economy, medium-sized hotels often face significant structural challenges, including intensifying competition, market saturation, rising operational costs, labor shortages, and increasing service expectations from international tourists in the post-pandemic tourism landscape (Bank of Thailand, 2023; World Bank, 2023). Compared with large hotel chains that possess strong financial resources and established brand recognition, medium-sized hotels frequently operate with limited marketing budgets, human resources, and technological capabilities, which may constrain their ability to maintain consistent service quality and compete effectively in the global tourism market. At the same time, tourist behavior has become increasingly complex and experience-oriented. Contemporary travelers place greater emphasis on personalized experiences, convenience, responsiveness, and overall well-being, rather than merely functional accommodation services (Huddin et al., 2024; Tarnanidis et al., 2026). Moreover, the rapid expansion of digital platforms, online booking systems, and social media has significantly transformed tourist decision-making processes, as travelers increasingly rely on online information, user reviews, and digital booking channels when selecting accommodation (Euromonitor International, 2022). These evolving expectations place additional pressure on medium-sized hotels to adapt their marketing strategies and service delivery in order to remain competitive in Phuket's dynamic tourism environment.

Despite the extensive application of the 7Ps marketing mix and SERVQUAL frameworks in hospitality research, several limitations remain when applying these models

to the contemporary tourism environment. Most previous studies have examined these frameworks primarily within the context of large-scale or chain hotels, where standardized service systems, strong brand recognition, and substantial marketing resources shape tourists' expectations and experiences. In contrast, medium-sized hotels often operate with greater managerial flexibility, closer guest interaction, and more personalized service delivery, which may influence tourists' perceptions and behavioral intentions in ways that differ from those observed in large hotel chains. These characteristics suggest that traditional service marketing models may not fully capture the unique competitive dynamics of medium-sized hotels. Furthermore, the rapid growth of digital consumer behavior has fundamentally transformed the decision-making process of tourists. Online travel agencies, social media platforms, user-generated reviews, and digital booking systems have become central sources of information that shape tourists' accommodation choices. In such a digital environment, factors such as online reputation, accessibility of information, responsiveness to digital communication, and perceived authenticity of service experiences may interact with traditional marketing mix and service quality dimensions in complex ways. However, existing empirical studies have rarely examined how these factors influence tourists' behavioral intentions specifically within the context of medium-sized hotels. Therefore, there remains a need for a investigation in a specific context that re-examines the relevance of marketing mix elements and service quality dimensions under conditions of intensified competition, evolving tourist expectations, and increasing digital influence. Understanding how these factors shape foreign tourists' intention to stay in medium-sized hotels is essential for developing strategies that enable this important accommodation segment to remain competitive in Phuket's rapidly evolving tourism market.

Research Objectives

1. To examine the level of opinions regarding the marketing mix and service quality that influence foreign tourists' intention to stay in medium-sized hotels in Phuket.
2. To investigate the specific components of the marketing mix that influence foreign tourists' intention to stay in medium-sized hotels in Phuket.
3. To explore the aspects of service quality that influence foreign tourists' intention to stay in medium-sized hotels in Phuket.

Literature Review

Concept of Medium-Sized Hotel Businesses

Medium-sized hotels are important in the tourism economy as they serve market segments seeking quality services at reasonable prices. Compared with large-scale hotel

chains, medium-sized hotels often demonstrate advantages in terms of operational flexibility, cost efficiency, and faster managerial decision-making. These characteristics allow them to respond more effectively to dynamic market conditions and external shocks, such as the COVID-19 pandemic, during which many hotels adopted enhanced hygiene protocols and contactless service technologies to maintain customer confidence. In addition to their economic contributions, medium-sized hotels also support local development by generating employment opportunities and utilizing community resources (UNWTO, 2020). Their relatively smaller organizational structures often enable closer interaction with guests and more personalized service experiences, which may positively influence customer perceptions and behavioral intentions. Consequently, medium-sized hotels represent an important segment within the tourism ecosystem, contributing not only to economic growth but also to the social and sustainable development of tourism destinations.

Marketing Mix (7Ps) in Hospitality Services

The marketing mix framework has been recognized as a fundamental strategy for responding to consumer needs in service industries. The extended 7Ps marketing mix, consisting of product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process, is widely applied in hospitality and tourism research to explain how service providers deliver value and create competitive advantages (Kotler et al., 2021; Ofosu-Boateng & Acquaye, 2020; Manirochana et al., 2021). Recent studies suggest that the effective implementation of the 7Ps framework plays a crucial role in shaping tourists' perceptions, satisfaction, and behavioral responses. For instance, product attributes, pricing strategies, and service delivery processes can influence perceived value and trust in hospitality services. In Phuket and other tourism destinations, digital communication channels including social media marketing and electronic word-of-mouth have further strengthened the promotion and information accessibility in influencing tourists' accommodation choices (Rimadias et al., 2021). These developments indicate that the marketing mix remains a relevant framework for understanding how hotel businesses attract and retain customers in an increasingly competitive tourism environment.

Concept of Hotel Selection Decision-Making

Hotel selection decision-making refers to the process through which tourists evaluate and choose accommodation that best satisfies their needs and preferences. According to consumer behavior theory, the decision-making process typically involves several sequential stages, including problem recognition, information search, evaluation of alternatives, and the final purchase decision (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021). In the tourism and hospitality context, travelers rely on multiple sources of information such as online reviews, travel platforms, and personal recommendations to compare accommodation options before making a final selection. Previous studies suggest that various factors influence hotel

selection decisions, including price competitiveness, service quality, location convenience, and perceived value (ampaio & Régio, 2024; Jesu Frederick & IS, 2024). In recent years, digital platforms and electronic word-of-mouth have further intensified competition among accommodation providers, making the decision-making process more complex for tourists. As a result, hotel businesses must carefully design their marketing strategies and service delivery to positively influence tourists' evaluation and choice of accommodation. Therefore, understanding the factors that affect hotel selection decision-making is essential for improving hotel competitiveness and attracting international tourists.

Service Quality in the Hospitality Industry

Service quality is widely recognized as a critical determinant of customer satisfaction, loyalty, and long-term business performance in the hospitality sector. The SERVQUAL model, developed by Parasuraman et al. (1990), is one of the most widely adopted frameworks for measuring service quality across five dimensions: tangibility, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. These dimensions collectively capture both the tangible and intangible aspects of service delivery that shape customers' perceptions of quality. In the context of hotel services, maintaining high service quality is particularly important because hospitality products are largely intangible, perishable, and simultaneously produced and consumed. As a result, consistent service delivery and the ability to build trust with customers are essential for sustaining competitiveness. Previous studies have demonstrated that improvements in service quality can positively influence customer satisfaction and behavioral intentions, especially in tourism destinations characterized by intense competition among accommodation providers (Nguyen, 2021).

Behavioral Intention in Tourism and Hospitality

Behavioral intention refers to a consumer's psychological readiness to perform a specific behavior in the future, such as choosing or revisiting a particular service provider. According to the Theory of Reasoned Action (TRA), behavioral intention is shaped by an individual's attitudes toward a behavior and perceived social norms (Fishbein & Ajzen, 2010, as cited in Fakfare et al., 2025). In tourism and hospitality research, behavioral intention is widely used as a predictor of future customer behavior, including hotel selection, revisit intention, and recommendation to others. Consumer intentions are influenced by multiple factors, including prior experiences, perceptions of service quality, and marketing-related stimuli such as branding and promotional communication (Engel et al., 1995; Fitzsimons & Morwitz, 1996). In the hotel industry, understanding tourists' behavioral intentions is primarily important because it helps explain how marketing strategies and service experiences translate into actual accommodation choices. Consequently, examining the relationship between marketing mix elements, service quality, and behavioral intention to

stay provides valuable insights into tourists' decision-making processes when selecting hotel services.

Conceptual Framework

This study employed mixed-methods research design. The research framework was developed based on the concepts and theories of the marketing mix, service quality, and hotel selection decision-making. Based on the marketing mix framework (Kotler et al., 2021), the SERVQUAL model (Parasuraman et al., 1990), and the theory of behavioral intention (Fishbein & Ajzen, 2010), the conceptual framework of this study was developed as illustrated in Figure 1.

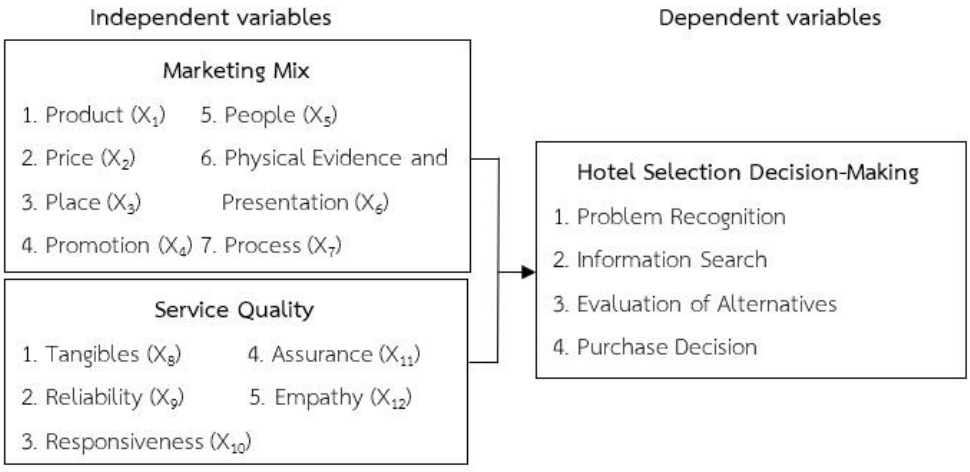


Figure 1 Conceptual Framework

Research Methodology

This study employed a mixed-method research design to examine the influence of marketing mix elements and service quality on foreign tourists' intention to stay in medium-sized hotels in Phuket, Thailand. Phuket was selected as the study area due to its role as a major international tourism destination with a high volume of international visitors.

Quantitative data were collected from 400 international tourists aged 18 years and above who had stayed at least one night in a hotel in Phuket (n = 400). The sample size was determined using Yamane's formula (1973). The study employed convenience sampling, and questionnaires were distributed to international tourists in major tourist areas of Phuket, including Patong Beach, Bang Tao Beach, Kata Beach, and Phuket Town, where international visitors commonly stay and travel. Data were collected using a structured questionnaire measured on a 5-point Likert scale, covering marketing mix factors, service quality dimensions, and hotel selection decision-making. The questionnaire was reviewed by three experts in tourism and hospitality management to assess content validity, and the

Index of Item–Objective Congruence (IOC) values ranged from 0.67 to 1.00, indicating acceptable content validity. The reliability of the questionnaire was confirmed with a Cronbach's alpha coefficient of 0.96 (Cronbach, 1980), indicating high internal consistency. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used for preliminary analysis, while multiple regression analysis was applied to identify factors significantly influencing tourists' hotel selection decision-making.

Qualitative data were obtained through in-depth interviews with seven informants (n = 7) who were hotel entrepreneurs or managers of medium-sized hotels in Phuket that had been operating for one to three years. Participants were selected using purposive sampling to ensure that the informants possessed relevant experience in hotel management and marketing practices. A structured interview guide focusing on consumer behavior, marketing mix strategies, and service quality management was employed during the interviews. The qualitative data were analyzed using content analysis, and the findings were presented in a descriptive narrative to support and enrich the quantitative results. The integration of quantitative and qualitative findings enhanced the validity of the study through methodological triangulation and provided comprehensive insights for developing effective marketing and service quality strategies for medium-sized hotels in Phuket.

Research Findings

The analysis of data from 400 respondents revealed that most were female (56.25%), aged 20–30 years (38%), single (58.75%), and held a bachelor's degree (46.25%), with 45.50% being employed and reporting an average monthly income of over USD 2,500. The largest proportion of respondents were residents of Europe (25.50%). Regarding service usage behavior, the majority (61.00%) had stayed in medium-sized hotels in Phuket between one and ten times or more, with 60.91% booking their accommodations one to three weeks in advance. Most respondents stayed for four to seven days (63.50%), selected medium-sized hotels primarily due to affordable pricing (42.50%), arranged their travel and hotel reservations independently (54.00%), and traveled mainly for tourism or leisure purposes (79.75%).

Table 1 Presents the mean, standard deviation, and levels of opinion regarding the marketing mix.

Marketing Mix (7Ps)	$\bar{x}$	S.D.	Level of Opinion
1. Product	3.99	0.701	High
2. Price	3.81	0.719	High
3. Place	3.93	0.748	High
4. Promotion	3.99	0.712	High

Marketing Mix (7Ps)	$\overline{x}$	S.D.	Level of Opinion
5. People	4.08	0.765	High
6. Physical evidence	3.99	0.717	High
7. Process	3.88	0.710	High
Overall Average	**3.95**	**0.724**	**High**

According to Table 1, among the marketing mix dimensions, people received the highest evaluation, indicating that tourists place strong importance on staff behavior and service interaction.

Interviews with medium-sized hotel managers in Phuket showed that foreign tourists value all 7Ps of the marketing mix. Key factors include product quality, fair pricing, modern distribution, strong promotions, attentive staff, clean environments, and efficient service processes. Integrating these elements boosts customer satisfaction, encourages repeat visits, and fosters long-term loyalty.

Table 2 Presents the mean, standard deviation, and levels of opinion regarding service quality.

Service Quality	$\overline{x}$	S.D.	Level of Opinion
1. Tangibles	3.94	0.708	High
2. Reliability	3.96	0.708	High
3. Responsiveness	3.91	0.715	High
4. Assurance	4.06	0.730	High
5. Empathy	4.07	0.719	High
Overall Average	**3.98**	**0.716**	**High**

According to Table 2, respondents perceived the service quality of medium-sized hotels in Phuket at a high level (mean = 3.98). Among the service quality dimensions, interpersonal aspects—specifically empathy and assurance—received the strongest evaluations, indicating that tourists value attentive service, trust, and staff professionalism. Reliability, tangibles, and responsiveness were also rated highly, suggesting that both service performance and physical facilities contribute positively to tourists' perceptions of hotel quality.

Interviews with medium-sized hotel managers in Phuket revealed that all 5 dimensions of service quality—tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy—are essential. Tangibles like clean, well-designed facilities create strong first impressions, while reliable and prompt service builds trust and satisfaction. Assurance through professional communication fosters a sense of security, and genuine empathy from

staff helps strengthen guest relationships. Together, these elements enhance service quality and encourage long-term loyalty among international tourists.

Table 3 Presents the mean, standard deviation, and levels of opinion regarding purchase decision.

Purchase Decision	$\bar{x}$	S.D.	Level of Opinion
1) Customers decide to purchase services based on hotel promotions.	3.99	0.689	High
2) Customers choose to purchase services from the hotel due to the discounts offered.	4.12	0.712	High
3) Customers purchase services from the hotel based on reviews they have read.	4.01	0.763	High
4) Customers have made purchase decisions through social media platforms on more than one occasion.	4.23	0.687	Very High
5) Customers decide to purchase services based on recommendations from friends or acquaintances.	4.32	0.712	Very High
Overall Average	**4.13**	**0.713**	**High**

According to Table 3, respondents demonstrated a high level of agreement regarding the factors influencing their hotel purchase decisions. Interpersonal recommendations and social influence emerged as the most important drivers, indicating that tourists strongly rely on word-of-mouth communication when selecting accommodation. Digital channels, particularly social media platforms and online reviews, significantly contributed to shaping consumers' purchase decisions. In addition, price incentives such as discounts contributed to tourists' decisions, while traditional hotel promotions were relatively less influential compared with peer recommendations and online information.

Interviews with hotel managers in Phuket revealed that international tourists follow a typical decision-making process—starting with travel motivation, then seeking clear online information, comparing options based on quality, price, and features, and finally making decisions influenced by convenient booking, transparent pricing, and added services like transfers or flexible check-in, all of which significantly affect their choice of medium-sized hotels in Phuket.

Prior to conducting the regression analysis, multicollinearity diagnostics were performed. The Variance Inflation Factor (VIF) values ranged between 1.32 and 2.48, which

are below the recommended threshold of 10, indicating that multicollinearity was not a concern in this study.

Table 4 Results of multiple regression analysis of the marketing mix factors influencing the behavioral intention to use medium-sized hotels among international tourists in Phuket province.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta (ß)		
(Constant)	1.542	0.346		4.433	0.000*
1. Product (X_1)	0.102	0.036	0.123	2.362	0.000*
2. Price (X_2)	0.129	0.041	0.141	3.125	0.002*
3. Place (X_3)	0.271	0.032	0.326	6.025	0.000*
4. Promotion (X_4)	0.125	0.036	0.052	1.156	0.003*
5. People (X_5)	0.023	0.031	0.042	1.123	0.279
6. Physical evidence (X_6)	0.145	0.041	0.164	3.763	0.000*
7. Process (X_7)	0.014	0.041	0.003	0.136	0.636
R = 0.426		Adjusted R^2 = 0.321			
R^2 = 0.346		SE = 1.854			

The regression analysis indicates that several marketing mix components significantly influence international tourists' behavioral intention to use medium-sized hotels in Phuket. In particular, attributes related to product quality, pricing, location accessibility, promotional communication, and physical evidence were significantly influencing tourists' decisions. Among these factors, location-related aspects showed the strongest influence, highlighting the importance of accessibility and proximity to key tourist attractions. The model explains 34.6% of the variance in tourists' behavioral intention (R^2 = .346), suggesting that marketing mix factors moderately contribute to explaining tourists' accommodation choices in the context of medium-sized hotels in Phuket.

Table 5 Results of the multiple regression analysis of service quality influencing international tourists' behavioral intention to use medium-sized hotels in Phuket province.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta (ß)		
(Constant)	0.412	0.123		4.326	0.000*
1. Tangibles (X_8)	0.156	0.039	0.185	5.123	0.000*
2. Reliability (X_9)	0.174	0.045	0.179	4.432	0.000*
3. Responsiveness (X_{10})	0.178	0.049	0.196	4.231	0.001*
4. Assurance (X_{11})	0.039	0.041	0.052	1.198	0.329
5. Empathy (X_{12})	0.412	0.037	0.351	7.126	0.000*
R = 0.785		Adjusted R^2 0.796			
R^2 = 0.712		SE 1.756			

The regression results indicate that several service quality dimensions significantly influence international tourists' behavioral intention to use medium-sized hotels in Phuket, including tangibles, reliability, responsiveness, and empathy. Among these factors, empathy showed the strongest standardized effect. The model demonstrated strong explanatory power, with R^2 = .712, indicating that service quality variables account for 71.2% of the variance in tourists' behavioral intention to use medium-sized hotels in Phuket.

Discussion of Findings

The findings for Research Objective 1 demonstrate that marketing mix elements and service quality jointly influence tourists' intention to stay. Core attributes such as room quality, fair pricing, accessibility, and credible promotional communication emerged as key determinants, underscoring the importance of coherent service delivery and trustworthy information. These results are consistent with prior studies emphasizing the role of the 7Ps, particularly product quality, personnel, and value for money in building trust and satisfaction. Additionally, service quality dimensions including comfort, safety, responsiveness, and staff competence significantly impacted tourists' intentions, reinforcing the importance of tangible service cues and empathetic interactions. The strong influence of credible online information further reflects contemporary tourist behavior, as digital platforms and reviews increasingly shape accommodation decisions.

The qualitative findings also highlight the growing influence of digital platforms on tourists' accommodation decisions. Online travel agencies, social media platforms, and user-

generated reviews increasingly function as primary information sources during the hotel selection process. These digital environments not only affected tourists' perceptions of service quality but also influence trust formation and customer loyalty. Consequently, medium-sized hotels must actively manage their online reputation, maintain transparent communication, and respond promptly to customer feedback in order to remain competitive in digitally mediated tourism markets.

The findings related to Research Objective 2 related to the marketing mix reveal that the product dimension exerted the strongest influence on tourists' intention to stay. Functional comfort, appropriate room size, and essential amenities were prioritized, indicating that tourists expect hotels to meet basic needs efficiently before considering experiential attributes. Price fairness and value for money were also critical, supporting the view that perceived price equity enhances purchasing intention (Manirochana et al., 2021). Moreover, digital distribution and promotion, particularly through online travel agencies, mobile applications, and social media, facilitated information access and increased consumer engagement. Physical evidence, such as cleanliness, interior design, and staff appearance, further reinforced credibility and trust, aligning with previous hospitality research. The insignificant effects of the people and process dimensions may indicate that tourists perceive service interactions in medium-sized hotels as relatively standardized across properties. Therefore, during the hotel selection stage, tourists may place greater emphasis on location, price, and tangible attributes rather than internal service processes.

Interestingly, the people and process dimensions did not show statistically significant effects on tourists' behavioral intention. This finding contrasts with several previous studies that emphasize the importance of frontline staff interaction in hospitality services. One possible explanation is that international tourists visiting Phuket may perceive service interactions among medium-sized hotels as relatively standardized. As a result, during the hotel selection stage, tourists may prioritize more visible attributes such as location, price, and physical facilities rather than internal service processes.

The findings for Research Objective 3 indicate that both tangible and intangible elements significantly influence tourists' intention to stay. Cleanliness, modern facilities, and overall physical appearance created positive first impressions, while assurance, responsiveness, and empathy were critical in fostering trust, satisfaction, and loyalty. These results provide empirical support for the SERVQUAL framework, especially the role of assurance as a predictor of continued service usage. Personalized service delivery, demonstrated through timely assistance and attentive staff behavior, enhanced emotional satisfaction and strengthened behavioral intentions, consistent with earlier studies (Thirathammason & Anusonpanichakul, 2022).

Proposed Integrated Model of Tourist Behavioral Intention in Medium-Sized Hotels

Based on the synthesis of the empirical findings, this study proposes a conceptual model explaining tourists' behavioral intention to stay in medium-sized hotels. Unlike prior studies that examine these constructs separately, the findings demonstrate their interactive role in shaping tourist perceptions and behavioral intentions in a competitive international tourism context.



Figure 2 Presents a proposed integrated model developed from the synthesis of quantitative and qualitative findings.

The results extend service quality theory by showing that perceived service quality encompasses not only tangible attributes, such as cleanliness and physical facilities, but also experiential and relational dimensions formed through consistent service delivery and trustworthy digital communication. Tourists evaluate hotel services through both heuristic and systematic online processes, highlighting the strategic importance of credibility, transparency, and responsiveness in digital platforms prior to service consumption.

Furthermore, the study identifies value co-creation as a central mechanism linking service quality to loyalty. Empathy, proactive service, and real-time problem-solving by frontline staff enable personalized experiences that strengthen emotional connections and long-term commitment. Collectively, these insights advance theoretical understanding and provide strategic implications for enhancing the competitiveness of medium-sized hotels in international tourism destinations.

Conclusion

Both marketing-mix factors and service quality were found to have a strong influence across all dimensions. In particular, the product dimension—emphasizing comfort and efficient space utilization along with pricing that aligns with service quality, accessible online booking channels, effective promotional strategies, and professional physical attributes, play a critical role in shaping customer intention. Furthermore, aspects of service quality such as tangibles, reliability, responsiveness, and empathy significantly contribute to tourist satisfaction and their intention to return. Tourist's value standardized services, attentive staff,

and the hotel's ability to respond to digital consumer behavior, which emphasizes online information search, offer comparison, and service selection based on clear, trustworthy, and value-driven information. As a result, medium-sized hotels in Phuket are well-positioned to build a positive brand image, enhance their competitive advantage, and promote long-term sustainability in the tourism and hospitality industry.

Recommendations

1. Recommendations for applying the research findings

Based on the findings of this study, several practical recommendations can be proposed for hotel operators, particularly medium-sized hotels in Phuket. Since marketing mix elements and service quality jointly influence tourists' intention to stay, hotel operators should adopt an integrated strategy that combines digital marketing, transparent pricing, and consistent service delivery.

First, hotels should strengthen their digital presence on online travel agencies (OTAs) and social media platforms, as these channels are increasingly used by international tourists when searching for accommodation. Providing clear and transparent pricing information, including visible discounts and value-added packages, can enhance customer trust and improve booking decisions. In addition, actively managing online reviews and responding promptly to customer feedback can strengthen hotel credibility and improve perceived service quality. Second, medium-sized hotels should focus on enhancing the functional quality of core products, particularly room comfort, cleanliness, internet connectivity, and practical amenities that support travelers' daily needs. Because medium-sized hotels often compete with larger chains with more extensive facilities, they may differentiate themselves by creating personalized and memorable guest experiences. Third, hotels can develop co-creation experiences that encourage guest participation in service encounters. For example, communal spaces, local cultural activities, or interactive experiences with local communities may allow guests to co-create meaningful travel experiences. Such initiatives can compensate for the limited luxury facilities of medium-sized hotels while strengthening emotional connections between guests and the hotel.

Finally, hotel operators should continue investing in staff development to improve service professionalism, communication skills, and responsiveness. Empowering frontline employees to provide personalized assistance and solve customer problems quickly can significantly enhance service quality and strengthen long-term customer loyalty.

2. Recommendations for future research

Future studies could extend this research in several directions. First, comparative studies across different tourism destinations—such as Chiang Mai, Pattaya, or Bangkok—may

help identify regional differences in tourist preferences and hotel competitiveness. Second, future research may explore emerging accommodation formats, such as boutique hotels, lifestyle hotels, and alternative lodging platforms, in order to broaden the generalizability of the findings. Third, researchers may adopt more advanced methodological approaches to better understand tourist decision-making processes. For example, customer journey mapping could be used to examine how tourists interact with hotels across different stages of the travel experience, from online search to post-stay evaluation. Finally, future studies may incorporate big data analytics, such as analyzing online reviews, social media content, and OTA booking data, to complement survey-based research. Such approaches may provide deeper insights into tourist perceptions and behavior. In addition, the role of emerging technologies—such as artificial intelligence (AI), smart tourism technologies, and sustainability initiatives—should be explored, as these factors are becoming increasingly important in shaping international tourists' accommodation decisions.

References

Jesu Frederick, T., & IS, S. T. *Customer Demographics and Hotel Service Quality: An In-depth Investigation*. https://doi.org/10.47857/irjms.2024.v05i03.0908

Bangkok Post. (2024). *Phuket hotels see solid high season amid tourism recovery*. https://www.bangkokpost.com/business/general/2986946/phuket-hotels-see-solid-high-season

Bank of Thailand. (2023). *Regional economic conditions report: Phuket Province*. https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/en/thai-economy/state-of-thai-economy/annual-report/annual-econ-report-en-2023.pdf.

Cronbach, L. J. (1980). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). Harper & Row.

Euromonitor International. (2022). *Top 10 Global Consumer Trends 2022*. Retrieved from https://www.euromonitor.com/article/what-are-the-10-global-consumer-trends-in-2022.

Fakfare, P., Manosuthi, N., Lee, J. S., Lee, S. M., & Han, H. (2025). Investigating the formation of ethical animal-related tourism behaviors: A self-interest and pro-social theoretic approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 49*(3), 581-599. https://doi.org/ 10.1177/ 10963480241229237.

Huddin, M. N., Kurnia, D., Deviyantoro, D., & Nafiudin, N. (2024). The relationship between customer experience, customer satisfaction, customer trust, and customer loyalty in tourism destination. *Diponegoro International Journal of Business*, *6*(2), 142-154. https://doi.org/10.14710/dijb.6.2.2023.142-154.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity. *John Wiley & Sons*.

Manirochana, N., Junead, J., & Jamnongchob, A. (2021). Relationships between Service Quality, Service Marketing Mix, and Behavioral Intention: Consumers' Perspectives on Short-term Accommodation Service for Tourism in Thailand. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, *12*(8), 2991-2999. Retrieved from https://turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/4135.

Ofosu-Boateng, I., & Acquaye, P. (2020). Effects of service quality and customer satisfaction on customers' loyalty in the hospitality industry of Ghana. *European Journal of Business and Management Research, 5*(5). https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.5.538.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, 64*(1), 12–40.

Rimadias, S., Alvionita, N., & Amelia, A. P. (2021). Using social media marketing to create brand awareness, brand image, and brand loyalty on tourism sector in Indonesia. *Journal the Winners, 22*(2), 173-182. https://doi.org/10.21512/tw.v22i2.7597.

Sampaio, C., & Régio, M. (2024). Customer experience and customer satisfaction: assessing links and themes in the hotel industry. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 147-169. https://doi.org/10.17561/ree.n2.2024.8845

Tarnanidis, T., Ismyrlis, V., Manda, V. K., & Sousa, B. (2026). Redefining service quality in the digital experience era. *Journal of Hospitality and Tourism Horizons*, 1-20. https://doi.org/10.1108/JHTH-08-2025-0115.

The Nation Thailand. (2023). *Phuket tourism rebounds with strong visitor numbers and hotel capacity*. https://www.nationthailand.com/thailand/economy/40027125

Thirathammason, S., & Anusonpanichakul, T. (2022). The Causal Factors of Service Marketing Mix Strategy Affecting Service Quality and Service Loyalty The Hotel and Resort in The Area Amphoe KhaoKho Phetchabun. *The Golden Teak: Humanity and Social Science Journal, 28*(1), 49-64.

Tourism Authority of Thailand. (2021). *Thailand tourism situation report 2021*. Marketing Strategy Department.

UNWTO. (2023). *World Tourism Barometer*. https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng.

World Bank. (2023). *Global economic prospects: Tourism and services sector outlook.* https://thedocs.worldbank.org/en/doc/c7292ee84f0635b28721419e3b367d0e-0350012023/original/GEP-January-2023.pdf?utm_source=chatgpt.com.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper & Row.

อิทธิพลของความสามารถทางการเงินและสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดสุพรรณบุรี ตามมุมมองของผู้ประกอบการ

THE INFLUENCE OF FINANCIAL CAPABILITY AND LIQUIDITY MANAGEMENT COMPETENCY ON THE PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN SUPHANBURI PROVINCE FROM THE ENTREPRENEURS' PERSPECTIVE

จุฑารัตน์ จิ๋วสง่า และปฐมพงศ์ กุกแก้ว*
Jutarat Jewsanga and Pathompong Kookkaew
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
Faculty of Business Administration and Information Technology,
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi
*Corresponding Author E-mail: pathompong.k@rmutsb.ac.th
Received November 10, 2025; **Revised** March 23, 2026; **Accepted** March 26, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถทางการเงินและสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี ตามมุมมองของผู้ประกอบการ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 220 ราย ได้จากการคำนวณด้วยโปรแกรม G*Power และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสามารถทางการเงินด้านความรู้ทางการเงิน ความมั่นใจทางการเงิน และการตัดสินใจทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 61.40 (R^2 = 0.614) และมีค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.607 และ 2) สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องด้านการบริหารเงินสด การบริหารลูกหนี้ และการบริหารสินค้าคงคลังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ขณะที่การบริหารเจ้าหนี้มีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงาน โดยโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 57.60 (R^2 = 0.576) และมีค่า Adjusted R^2 เท่ากับ 0.568 ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และผู้ประกอบการในการพัฒนาศักยภาพด้านการเงินและการบริหารสภาพคล่องของ SMEs เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนทางธุรกิจในระยะยาว

คำสำคัญ: ความสามารถทางการเงิน, สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่อง, ผลการดำเนินงาน, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ผู้ประกอบการ

Abstract

This research aimed to examine the influence of financial capability and liquidity management competency on the performance of small and medium enterprises (SMEs) in Suphanburi Province from the entrepreneurs' perspective. A quantitative research approach was employed. The sample consisted of 220 SME entrepreneurs in Suphanburi Province, determined using the G*Power program and selected through stratified random sampling. The research instrument was a questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics using multiple regression analysis with the Enter method.

The results revealed that 1) financial capability, including financial literacy, financial confidence, and financial decision-making, had a positive and statistically significant influence on SME performance, explaining 61.40% of the variance (R^2 = 0.614) with an adjusted R^2 of 0.607. 2) Liquidity management competency, including cash management, accounts receivable management, and inventory management, had a positive influence on SME performance, whereas accounts payable management showed a negative influence. The model explained 57.60% of the variance (R^2 = 0.576) with an adjusted R^2 of 0.568. These findings provide empirical evidence that can be utilized by policymakers, educational institutions, and entrepreneurs to enhance financial capability and liquidity management practices in SMEs, thereby strengthening business competitiveness and long-term sustainability.

Keywords: Financial capability, Liquidity management competency, Performance, Small and medium enterprises, Entrepreneurs

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทยที่มีสัดส่วนธุรกิจ SMEs สูงในระบบเศรษฐกิจ จุดเด่นของ SMEs คือความยืดหยุ่นและความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว (Tambunan, 2009) นอกจากนี้ SMEs ยังมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการจ้างงาน การกระจายรายได้ และการพัฒนาเศรษฐกิจระดับชุมชน (OECD, 2017) สำหรับจังหวัดสุพรรณบุรี SMEs ถือเป็นกลไกสำคัญของเศรษฐกิจในพื้นที่ โดยข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (2567) ระบุว่ามีผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 26,934 ราย สามารถสร้างการจ้างงานได้มากกว่า 88,895 คน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งยังเผชิญข้อจำกัดด้านสภาพคล่องทางการเงิน และมีภาระหนี้สินเฉลี่ยประมาณ 11 ล้านบาทต่อราย ซึ่งสะท้อนถึงความท้าทายในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและการรักษาสมดุลของกระแสเงินสดในธุรกิจ

แนวคิดการบริหารทุนหมุนเวียน (Working Capital Management) อธิบายว่าการบริหารองค์ประกอบของเงินทุนหมุนเวียน ได้แก่ เงินสด ลูกหนี้ เจ้าหนี้ และสินค้าคงคลัง อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ธุรกิจสามารถรักษาสภาพคล่อง ลดความเสี่ยงทางการเงิน และเพิ่มโอกาสในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง (Gitman & Zutter, 2018; Brigham & Houston, 2019) ในทางตรงกันข้าม หากธุรกิจขาดสภาพคล่องหรือบริหารเงินทุนหมุนเวียนอย่างไม่มีประสิทธิภาพ อาจส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรและความอยู่รอดของธุรกิจในระยะยาว (Atrill, 2017) ขณะเดียวกัน ความสามารถทางการเงินของผู้ประกอบการซึ่งประกอบด้วยความรู้ทางการเงิน ทักษะการจัดการทางการเงิน ความมั่นใจทางการเงิน และการตัดสินใจทางการเงินมีบทบาทสำคัญต่อการวางแผนและการบริหารทรัพยากรทางการเงินของธุรกิจ (Lusardi, 2019; Sudewi & Dewi, 2022) รวมทั้งเชื่อมโยงกับสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องของกิจการ เช่น การบริหารเงินสด ลูกหนี้ เจ้าหนี้ และสินค้าคงคลัง ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการรักษาเสถียรภาพทางการเงินขององค์กร

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาโดยส่วนใหญ่ศึกษาปัจจัยด้านความสามารถทางการเงินหรือการบริหารเงินทุนหมุนเวียนแยกเป็นรายองค์ประกอบ ขณะที่การศึกษาแบบบูรณาการบทบาทของความสามารถทางการเงินของผู้ประกอบการร่วมกับสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องของกิจการเพื่ออธิบายผลการดำเนินงานของ SMEs ยังมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจระดับพื้นที่ (สมทรง คันธนที และคณะ, 2565; จินดา ทับทิมดี, 2567) ทำให้ช่องว่างขององค์ความรู้ (Research Gap) ที่สำคัญจึงอยู่ที่การศึกษาความสัมพันธ์เชิงบูรณาการระหว่างความสามารถทางการเงินของผู้ประกอบการและสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องของกิจการ ซึ่งอาจเป็นกลไกสำคัญในการช่วยลดความเสี่ยงจากภาระหนี้สินและเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินของธุรกิจ SMEs ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาความสามารถทางการเงินและสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสุพรรณบุรี ตามมุมมองของผู้ประกอบการ เพื่อสร้างองค์ความรู้เชิงประจักษ์เกี่ยวกับบทบาทของศักยภาพทางการเงินของผู้ประกอบการและการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของธุรกิจ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพด้านการเงินของผู้ประกอบการ เสริมสร้างประสิทธิภาพในการบริหารสภาพคล่อง และช่วยลดความเสี่ยงจากภาระหนี้สินของ SMEs ในระดับพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของความสามารถทางการเงินต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี ตามมุมมองของผู้ประกอบการ
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี ตามมุมมองของผู้ประกอบการ

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถทางการเงิน

ความสามารถทางการเงินเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สะท้อนศักยภาพของผู้ประกอบการในการบริหารทรัพยากรทางการเงินให้เกิดประสิทธิภาพ ครอบคลุมความรู้ทางการเงิน ทักษะการจัดการความมั่นใจ และการตัดสินใจทางการเงิน (Lusardi & Mitchell, 2014) ผู้ประกอบการที่มีความสามารถทางการเงินสูงจะสามารถวางแผนและบริหารกระแสเงินสดได้อย่างมีระบบส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจดีขึ้น งานวิจัยของ Yakob et al. (2021) และ Sudewi and Dewi (2022) พบว่าความรู้และทักษะทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของ SMEs เมื่อพิจารณาเชิงสังเคราะห์ งานวิจัยส่วนใหญ่ชี้ให้เห็นว่าความสามารถทางการเงินของผู้ประกอบการเกิดจากการบูรณาการของความรู้ ทักษะ ความมั่นใจ และการตัดสินใจทางการเงิน ซึ่งร่วมกันกำหนดประสิทธิภาพในการบริหารทรัพยากรทางการเงินของธุรกิจ (OECD, 2020) ทั้งนี้แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีทุนมนุษย์ที่อธิบายว่าความรู้และทักษะเป็นทุนที่สามารถพัฒนาได้และส่งผลต่อผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจขององค์กร (Becker, 1964) โดยในการวิจัยนี้ ความสามารถทางการเงิน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรู้ทางการเงิน ทักษะการจัดการทางการเงิน ความมั่นใจทางการเงิน และการตัดสินใจทางการเงิน ซึ่งใช้เป็นตัวชี้วัดศักยภาพทางการเงินของผู้ประกอบการ SMEs

2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่อง

สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่ม SMEs ที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุน ซึ่งแนวคิดการบริหารทุนหมุนเวียนอธิบายว่าการบริหารเงินสด ลูกหนี้ เจ้าหนี้ และสินค้าคงคลังอย่างเหมาะสมจะช่วยสร้างสมดุลระหว่างสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไร (Gitman & Zutter, 2018; Brigham & Houston, 2019) แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจในการถือครองสภาพคล่องของ Keynes (1936) และทฤษฎีลำดับความชอบทางการเงินของ Myers and Majluf (1984) ซึ่งอธิบายว่าการมีสภาพคล่องที่เพียงพอจะช่วยลดความเสี่ยงทางการเงินและการพึ่งพาแหล่งเงินทุนภายนอก งานวิจัยของ Ahmed and Mwangi (2022) และ Aguilar et al. (2024) ยังพบว่าการบริหารองค์ประกอบของเงินทุนหมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของ SMEs โดยในการวิจัยนี้ สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องพิจารณาจากการบริหารเงินสด ลูกหนี้ เจ้าหนี้ และสินค้าคงคลัง ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของเงินทุนหมุนเวียน

3. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานของธุรกิจสะท้อนประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรขององค์กร โดยแนวคิด Balanced Scorecard เสนอให้ประเมินผลในหลายมิติ ได้แก่ การเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน และการเรียนรู้และเติบโต (Kaplan & Norton, 1992) อย่างไรก็ตาม สำหรับธุรกิจ SMEs ตัวชี้วัดด้านการเงิน เช่น ความสามารถในการทำกำไรและการเติบโตของยอดขายถือเป็นตัวชี้วัดสำคัญของผลการดำเนินงาน (Orobia et al., 2020; Widhiastuti et al., 2025)

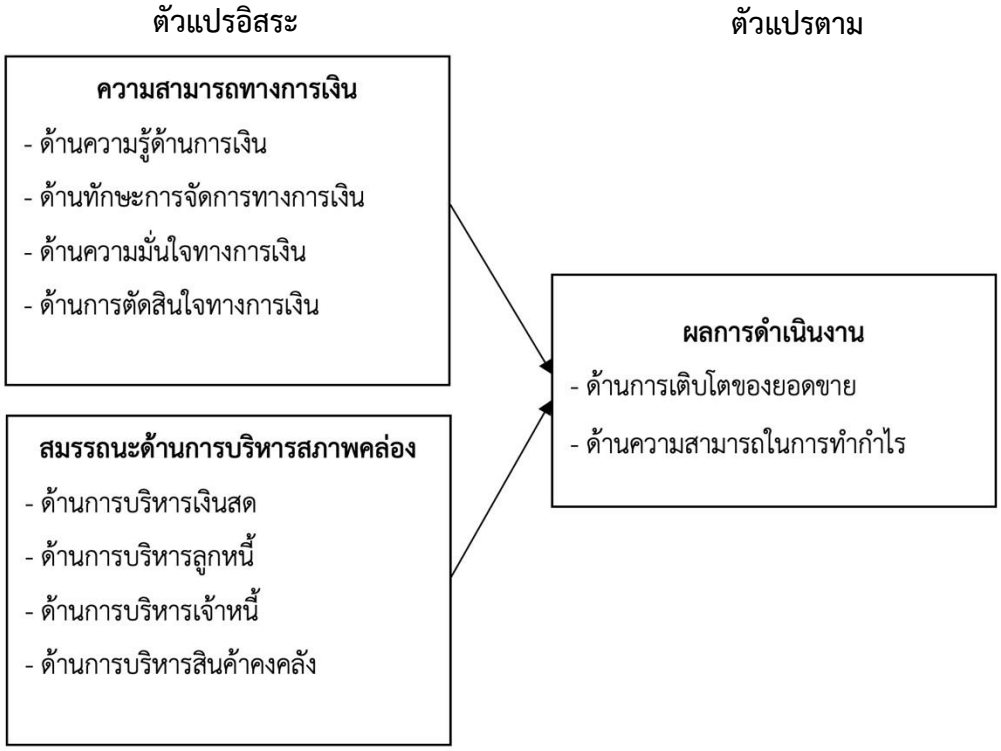
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าความสามารถทางการเงินของผู้ประกอบการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารธุรกิจและส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของ SMEs โดยผู้ประกอบการ

ที่มีความรู้ ความมั่นใจ และทักษะทางการเงินสูงจะสามารถวางแผน ควบคุมต้นทุน และตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Yakob et al., 2021; Sudewi & Dewi, 2022; Imjai et al., 2025) ขณะเดียวกัน สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องด้านการบริหารเงินสด ลูกหนี้ เจ้าหนี้ และสินค้าคงคลังยังช่วยเพิ่มสภาพคล่องและลดความเสี่ยงทางการเงินของธุรกิจ (Ahmed & Mwangi, 2022; Aguilar et al., 2024; Ramadan et al., 2024) ดังนั้น จากการสังเคราะห์แนวคิดและงานวิจัยดังกล่าว จึงสามารถสรุปได้ว่า ความสามารถทางการเงินของผู้ประกอบการและสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจส่งผลต่อผลการดำเนินงานของ SMEs

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ตัวแปรและกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งพัฒนาจากแนวคิดความสามารถทางการเงิน (Lusardi & Mitchell, 2014) แนวคิดการบริหารทุนหมุนเวียน (Brigham & Houston, 2019) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Yakob et al., 2021; Sudewi & Dewi, 2022; Ahmed & Mwangi, 2022; Aguilar et al., 2024; Ramadan et al., 2024; Imjai et al., 2025) ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีพื้นที่การวิจัยในจังหวัดสุพรรณบุรี ประชากร คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 26,934 ราย (สสว., 2567) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 220 ราย คำนวณโดยใช้โปรแกรม G*Power (α = 0.05, Power = 0.95, Effect Size = 0.15) ได้ขนาดตัวอย่าง 211 ตัวอย่าง และเพิ่มอีกร้อยละ 5 เพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยกำหนดชั้นภูมิตามประเภทของกิจการ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสะท้อนโครงสร้างของประชากรได้อย่างเหมาะสม ได้แก่ กิจการการผลิต 31 ราย กิจการค้าปลีก 104 ราย กิจการค้าส่ง 13 ราย และกิจการบริการ 72 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของกิจการ 2) ความสามารถทางการเงิน 3) สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่อง และ 4) ผลการดำเนินงานของ SMEs โดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ ได้แก่ 4.21–5.00 = มากที่สุด, 3.41–4.20 = มาก, 2.61–3.40 = ปานกลาง, 1.81–2.60 = น้อย และ 1.00–1.80 = น้อยที่สุด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบและปรับปรุงข้อคำถามตามกรอบแนวคิดการวิจัยและข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อให้ข้อคำถามสะท้อนมิติของตัวแปรได้อย่างชัดเจนและลดความซ้ำซ้อนของเนื้อหา โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่นด้วย Cronbach's Alpha พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง 0.982–0.983 และทั้งฉบับเท่ากับ 0.983 ซึ่งสะท้อนถึงความสอดคล้องภายในของข้อคำถามในระดับสูง (≥ 0.70) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นในระดับสูงเนื่องมาจากข้อคำถามได้รับการพัฒนาจากกรอบแนวคิดและงานวิจัยที่มีโครงสร้างตัวแปรชัดเจน และผ่านการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง ทั้งนี้ เครื่องมือวิจัยพัฒนาจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีและตัวแปรที่ได้รับการยอมรับในงานวิจัยก่อนหน้า จึงมุ่งตรวจสอบความตรงของเนื้อหาและความเชื่อมั่นของเครื่องมือเป็นหลัก โดยงานวิจัยได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ (หมายเลขรับรอง: IRB-RUS-2568-055)

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการระหว่างเดือนมิถุนายน - สิงหาคม พ.ศ. 2568 โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดสุพรรณบุรีส่วนใหญ่มีระยะเวลาประกอบกิจการอยู่ในช่วงเริ่มต้นกิจการถึงระยะเวลา 10 ปี จำนวน 138 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.73 ประกอบกิจการการค้าปลีก จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.30 และมีรายได้เฉลี่ยต่อปีน้อยกว่า 500,000 บาท จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.60 แสดงให้เห็นว่า SMEs ในจังหวัดสุพรรณบุรีส่วนใหญ่อยู่ในช่วงการเติบโตและดำเนินธุรกิจในลักษณะการค้าขายและบริการภายในชุมชน ซึ่งอาจมีข้อจำกัดด้านเงินทุนและสภาพคล่องทางการเงิน

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นในภาพรวมเกี่ยวกับความสามารถทางการเงิน สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่อง และผลการดำเนินงานของ SMEs ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการเงิน สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่อง และผลการดำเนินงาน (n = 220)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ความสามารถทางการเงิน	4.12	0.66	มาก	2
2. สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่อง	4.16	0.65	มาก	1
3. ผลการดำเนินงาน	4.02	0.75	มาก	3
โดยรวม	**4.10**	**0.69**	**มาก**	

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางการเงิน สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่อง และผลการดำเนินงานโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาแต่ละตัวแปร โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.16, S.D. = 0.65) รองลงมาคือ ความสามารถทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.12, S.D. = 0.66) และผลการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.02, S.D. = 0.75) ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการบริหารการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถรักษาสภาพคล่องของกิจการให้ดำเนินงานได้อย่างมั่นคงและต่อเนื่อง

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรอิสระมีการแจกแจงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ โดยค่าความเบ้ (Skewness) อยู่ระหว่าง -0.33 ถึง -0.84 และค่าความโด่ง (Kurtosis) อยู่ระหว่าง -1.04 ถึง 0.47 ซึ่งอยู่ในช่วงที่เหมาะสมตามเกณฑ์ของ Kline (2011) ที่กำหนดไว้ในช่วง ±3 และ ±10 ตามลำดับ นอกจากนี้ ตรวจสอบปัญหา Multicollinearity พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง 0.71 ถึง 0.85 ขณะที่ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.19–0.41 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 2.65–5.37 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ ทั้งนี้หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง แต่ค่า Tolerance และ VIF อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีปัญหา Multicollinearity ที่รุนแรง (Gujarati and Porter, 2009) และเมื่อตรวจสอบความอิสระของค่าคลาดเคลื่อน พบว่าค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.74 และ 1.96 ซึ่งอยู่ในช่วงที่เหมาะสม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559) จึงสรุปได้ว่าข้อมูลมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 2–3

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของความสามารถทางการเงินต่อผลการดำเนินงานของ SMEs

ความสามารถทางการเงิน	ผลการดำเนินงานของ SMEs			t	p
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	0.219	0.213		1.025	0.306
ด้านความรู้ด้านการเงิน	0.256	0.084	0.262	3.067	0.002**
ด้านทักษะการจัดการทางการเงิน	0.019	0.099	0.019	0.189	0.850

ความสามารถทางการเงิน	ผลการดำเนินงานของ SMEs			t	p
	B	SE	β		
ด้านความมั่นใจทางการเงิน	0.295	0.088	0.273	3.346	0.001**
ด้านการตัดสินใจทางการเงิน	0.348	0.075	0.310	4.657	0.000***
R = 0.784, R^2 = 0.614, Adjust R^2 = 0.607, Durbin-Watson = 1.735					
Std. Error of the Estimate (S.E) = 0.471 F = 85.496 p-value = 0.000* **					

** p < 0.01, *** p < 0.001

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยนำตัวแปรความสามารถทางการเงินทั้ง 4 ด้าน มาวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ในจังหวัดสุพรรณบุรี ตามมุมมองของผู้ประกอบการ พบว่า ด้านความรู้ทางการเงิน ด้านความมั่นใจทางการเงิน และด้านการตัดสินใจทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ด้านทักษะการจัดการทางการเงินไม่มีอิทธิพล โดยด้านการตัดสินใจทางการเงินมีอิทธิพลมากที่สุด (β = 0.310) รองลงมา คือ ด้านความมั่นใจทางการเงิน (β = 0.273) และด้านความรู้ด้านการเงิน (β = 0.262) ตามลำดับ ทั้งนี้ โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 61.40 (R^2 = 0.614) และความสามารถทางการเงินมีอำนาจทำนายผลการดำเนินงาน ได้ร้อยละ 60.70 (Adjusted R^2 = 0.607) ขณะที่ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า (Standard Error of Estimate) อยู่ที่ 0.471 แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความแม่นยำในระดับดี และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยสามารถเขียนสมการในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

Zy = 0.262 (ความรู้ด้านการเงิน) + 0.273 (ความมั่นใจทางการเงิน) + 0.310 (การตัดสินใจทางการเงิน)

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องต่อผลการดำเนินงานของ SMEs

สมรรถนะ ด้านการบริหารสภาพคล่อง	ผลการดำเนินงานของ SMEs			t	p
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	0.556	0.224		2.484	0.014
ด้านการบริหารเงินสด	0.351	0.096	0.350	3.667	0.000***
ด้านการบริหารลูกหนี้	0.420	0.098	0.404	4.299	0.000***
ด้านการบริหารเจ้าหนี้	-0.219	0.096	-0.208	-2.275	0.024*
ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง	0.285	0.081	0.255	3.522	0.001**
R = 0.759, R^2 = 0.576, Adjust R^2 = 0.568, Durbin-Watson = 1.964					
Std. Error of the Estimate (S.E) = 0.494 F = 72.87 p-value = 0.000* **					

*p < 0.05, ** p < 0.01, *** p < 0.001

จากตารางที่ 3 ผู้วิจัยนำตัวแปรสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่อง ทั้ง 4 ด้าน มาวิเคราะห์เพื่อทดสอบอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ในจังหวัดสุพรรณบุรี ตามมุมมองของผู้ประกอบการ พบว่า ด้านการบริหารเงินสด ด้านการบริหารลูกหนี้ และด้านการบริหารสินค้าคงคลัง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ส่วนด้านการบริหารเจ้าหนี้มีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ โดยด้านการบริหารลูกหนี้มีอิทธิพลมากที่สุด (β = 0.404) รองลงมา คือ ด้านการบริหารเงินสด (β = 0.350) ด้านการบริหารสินค้าคงคลัง (β = 0.255) และด้านการบริหารเจ้าหนี้ (β = -0.208) ตามลำดับ ทั้งนี้ โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 57.60 (R^2 = 0.576) และสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องมีอำนาจทำนายผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 56.80 (Adjusted R^2 = 0.568) ขณะที่ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า (Standard Error of Estimate) อยู่ที่ 0.494 แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความแม่นยำในระดับดี และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยสามารถเขียนสมการรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

Zy = 0.350 (การบริหารเงินสด) + 0.404 (การบริหารลูกหนี้) – 0.208 (การบริหารเจ้าหนี้) + 0.255 (การบริหารสินค้าคงคลัง)

อภิปรายผล

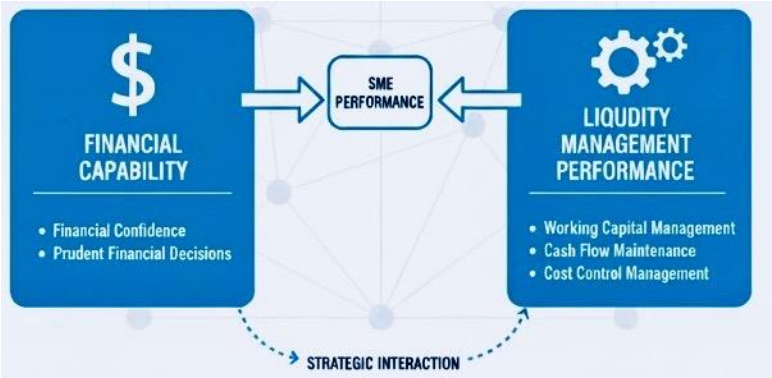
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ความสามารถทางการเงินด้านความรู้ทางการเงิน ความมั่นใจทางการเงิน และการตัดสินใจทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าความสามารถทางการเงินเป็นพื้นฐานสำคัญของการบริหารธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีความรู้ทางการเงินสามารถวางแผนงบประมาณ วิเคราะห์ความเสี่ยง ควบคุมต้นทุน และใช้ข้อมูลทางการเงินประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีเหตุผล ส่งผลให้ธุรกิจสามารถสร้างกำไรและเติบโตได้อย่างยั่งยืน ขณะที่ความมั่นใจทางการเงินช่วยเสริมให้ผู้ประกอบการกล้าตัดสินใจทางธุรกิจและสามารถรับมือกับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนการตัดสินใจทางการเงินที่รอบคอบช่วยให้ธุรกิจสามารถบริหารกระแสเงินสดและสภาพคล่องได้อย่างเหมาะสม ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ OECD (2020) ที่ระบุว่าความมั่นใจและการตัดสินใจทางการเงินเป็นองค์ประกอบสำคัญของความสามารถทางการเงินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงินของผู้ประกอบการ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yakob et al. (2021) และ Sudewi and Dewi (2022) ที่พบว่าความรู้ทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่าทักษะการจัดการทางการเงินไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ซึ่งอาจสะท้อนลักษณะของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสุพรรณบุรีที่ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดย่อมหรือธุรกิจครอบครัวที่ดำเนินกิจการภายในชุมชน โดยผู้ประกอบการมักใช้ประสบการณ์ส่วนบุคคล ความสัมพันธ์ทางสังคม และการตัดสินใจที่รวดเร็วในการบริหารธุรกิจ มากกว่าการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางการเงินเชิงเทคนิค ในเชิงทฤษฎี ผลการศึกษานี้สะท้อนว่าความมั่นใจทางการเงินและความสามารถในการตัดสินใจทางการเงินอาจมีบทบาทสำคัญมากกว่าทักษะทางเทคนิคในการกำหนดพฤติกรรมทางการเงินของผู้ประกอบการในบริบทของธุรกิจขนาดย่อม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่อง ได้แก่ การบริหารเงินสด การบริหารลูกหนี้ และการบริหารสินค้าคงคลัง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้เนื่องจากการบริหารสภาพคล่องอย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้ธุรกิจสามารถรักษาสมดุลระหว่างกระแสเงินสดรับและจ่าย มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ และสามารถลดความเสี่ยงทางการเงินได้ ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารทุนหมุนเวียน (Working Capital Management) ที่ระบุว่าการจัดการสินทรัพย์หมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มผลตอบแทนและเสถียรภาพทางการเงินของกิจการ (Aguilar et al., 2024) รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ahmed and Mwangi (2022) และ Anorue and Ugwoke (2022) ที่พบว่าการบริหารลูกหนี้ เจ้าหนี้ และสินค้าคงคลังอย่างมีระบบสามารถช่วยเพิ่มสภาพคล่องและยกระดับผลการดำเนินงานของ SMEs ได้อย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนสอดคล้องกับ Ramadan et al. (2024) ที่ระบุว่าการบริหารสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพมีบทบาทสำคัญต่อความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ

ในทางตรงกันข้าม การบริหารเจ้าหนี้กลับมีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ซึ่งอาจเกิดจากการพึ่งพาเครดิตทางการค้าหรือการยืดระยะเวลาชำระหนี้มากเกินไป ส่งผลให้ธุรกิจต้องเผชิญต้นทุนทางการเงินที่สูงขึ้น หรือสูญเสียส่วนลดเงินสดจากคู่ค้า นอกจากนี้ ในบริบทของธุรกิจท้องถิ่นที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ทางการค้า การชำระหนี้ล่าช้าอาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของกิจการและลดโอกาสในการได้รับเครดิตทางการค้าในอนาคต ผลการศึกษานี้จึงสะท้อนในเชิงทฤษฎีว่าการพึ่งพาเครดิตทางการค้าในระดับที่มากเกินไปอาจส่งผลกระทบเชิงลบต่อเสถียรภาพทางการเงินและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของ SMEs

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่แสดงว่าความสามารถทางการเงินและสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องเป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลร่วมกันต่อผลการดำเนินงานของ SMEs โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจท้องถิ่นที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่มีความมั่นใจทางการเงิน การตัดสินใจทางการเงินที่รอบคอบ และการบริหารเงินทุนหมุนเวียนอย่าง

มีประสิทธิภาพ จะสามารถรักษาสภาพคล่อง ควบคุมต้นทุน และสร้างความยั่งยืนทางการเงินได้อย่างแท้จริง

สรุป

ความสามารถทางการเงินของผู้ประกอบการด้านความรู้ทางการเงิน ความมั่นใจทางการเงิน และการตัดสินใจทางการเงิน มีบทบาทสำคัญต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ในจังหวัดสุพรรณบุรี ขณะที่สมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องด้านการบริหารเงินสด การบริหารลูกหนี้ และการบริหารสินค้าคงคลังมีบทบาทสำคัญต่อผลการดำเนินงานเช่นกัน ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าการบริหารจัดการทางการเงิน และการบริหารเงินทุนหมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถรักษาสภาพคล่อง ลดความเสี่ยงทางการเงิน และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของ SMEs ได้ในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่าการบริหารเจ้าหนี้มีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ซึ่งอาจสะท้อนว่าการพึ่งพาเครดิตทางการค้าหรือการยืดระยะเวลาการชำระหนี้มากเกินไปอาจส่งผลให้เกิดต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น รวมทั้งกระทบต่อความน่าเชื่อถือทางการค้าของกิจการในระยะยาว โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจ SMEs ในระดับท้องถิ่นที่ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้ามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการบริหารองค์ประกอบของเงินทุนหมุนเวียนอย่างสมดุล เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินและการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว

โดยภาพรวม ผลการวิจัยครั้งนี้ช่วยขยายองค์ความรู้ทางวิชาการโดยแสดงให้เห็นว่าความสามารถทางการเงินของผู้ประกอบการและสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องเป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลร่วมกันต่อผลการดำเนินงานของ SMEs โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจระดับท้องถิ่นที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและมีลักษณะการบริหารจัดการแบบไม่เป็นทางการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผู้ประกอบการ SMEs ควรพัฒนาความรู้และทักษะด้านการวางแผนการเงิน การบริหารกระแสเงินสด และการตัดสินใจทางการเงิน โดยเน้นการวางแผนงบประมาณ การบริหารเงินทุนหมุนเวียน และการใช้เครื่องมือการจัดการทางการเงินสมัยใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารธุรกิจและลดความเสี่ยงทางการเงิน

1.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพทางการเงินของผู้ประกอบการผ่านโครงการให้คำปรึกษา หรือคลินิกทางการเงินสำหรับ SMEs ที่มุ่งเน้นการบริหารลูกหนี้และการบริหารเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

1.3 สถาบันการศึกษาและหน่วยงานพัฒนาผู้ประกอบการควรปรับรูปแบบการพัฒนาทักษะทางการเงินของ SMEs จากการสอนแบบดั้งเดิมไปสู่การใช้เครื่องมือหรือระบบสนับสนุนการตัดสินใจทางการเงินดิจิทัลที่ใช้งานง่าย เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินและตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งต่อไปอาจขยายการศึกษาไปยังพื้นที่อื่นหรือเปรียบเทียบระหว่างภูมิภาค เพื่อเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของความสามารถทางการเงินและสมรรถนะด้านการบริหารสภาพคล่องต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ในบริบทที่แตกต่างกัน

2.2 ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่ออธิบายเหตุผลเชิงพฤติกรรมและบริบททางธุรกิจว่าเหตุใดทักษะการจัดการทางการเงินจึงไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ในเชิงสถิติ

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). *การวิเคราะห์สถิติ:สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 16). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จินดา ทับทิมดี. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 4*(5), 189–204. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/280737/185474.

สมทรง คันธนที, สุขุมาล เกิดนอก และวรญา โรจนาปภาพร. (2565). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 16*(2), 424–437. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hsjournalnmc/article/view/258365.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2567). *ภาพรวม MSME รายจังหวัด/อุตสาหกรรม*. https://www.smebigdata.com/msme/dashboard-a

Aguilar, T. S., Chavez, M. M., Rayos, C. M. D., Remoquin, K. J. A., & Melo, M. C. F. (2024). Cash management practices and the financial performance of micro-enterprises. *American International Journal of Business Management, 7*(12), 208–219. https://www.aijbm.com/volume-7-issue-12/.

Ahmed, A. Y., & Mwangi, L. W. (2022). Working capital management and financial performance of small and medium enterprises in Garissa County, Kenya. *International Journal of Current Aspects in Finance, Banking and Accounting, 4*(1), 56–71. https://doi.org/10.35942/ijcfa.v4i1.229.

Anorue, H. C., & Ugwoke, E. O. (2022). Management of account receivable and payable for improved financial performance of small-scale industries in Imo State, Nigeria. *International Journal of Research and Innovation in Social Science, 6*(4), 100–107. https://doi.org/10.47772/IJRISS.2022.6408.

Atrill, P. (2017). Financial management for decision makers (8th ed.). Pearson.

Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. University of Chicago Press.

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of financial management* (15th ed.). Cengage Learning.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2018). *Principles of managerial finance* (14th ed.). Pearson Education.

Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill/Irwin.

Imjai, N., Meesook, K., Somwethee, P., Usman, B., & Aujirapongpan, S. (2025). Exploring the impact of digital financial literacy to effective financial planning and control: Perspectives on competitiveness of Thai micropreneurs. *Social Sciences & Humanities Open, 11*, 101307. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101307.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard - measures that drive performance. *Harvard Business Review, 70*(1), 71–79.

Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest, and money*. Macmillan.

Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). Guilford Press.

Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss journal of economics and statistics, 155*(1), 1-8. https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature, 52*(1), 5-44. https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5.

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*(2), 187–221. https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0.

OECD. (2017). Enhancing the contributions of SMEs in a global and digitalised economy. OECD Publishing. https://www.scribd.com/document/573067464/C-MIN-2017-8-EN.

OECD. (2020). OECD/INFE 2020 International survey of adult financial literacy. *OECD Publishing*. https://doi.org/10.1787/145f5607-en.

Orobia, L. A., Nakibuuka, J., Bananuka, J., & Akisimire, R. (2020). Inventory management, managerial competence and financial performance of small businesses. *Journal of Accounting in Emerging Economies, 10*(3), 379–398. https://doi.org/10.1108/JAEE-07-2019-0147.

Ramadan, A., Alkhodary, D., Alnawaiseh, M., Jebreen, K., Morshed, A., & Ahmad, A. B. (2024). Managerial competence and inventory management in SME financial performance: A Hungarian perspective. *Journal of Statistics Applications & Probability, 13*(3), 859–870. https://doi.org/10.18576/jsap/130301.

Sudewi, N. N. D., & Dewi, S. K. S. (2022). The effect of financial literacy and intellectual capital on financial performance. *International Journal of Business Management and Economic Review, 5*(4), 240–251. https://doi.org/10.35409/IJBMER.2022.3425.

Tambunan, T. T. H. (2009). *SMEs in Asian developing countries*. Springer.

Widhiastuti, S., Ahmadi, S., & Helmy, I. (2025). Exploring the link between business intelligence and financial performance in SMEs. *Investment Management and Financial Innovations, 22*(2), 36–46. https://doi.org/10.21511/imfi.22(2).2025.04.

Yakob, S., Yakob, R., Hafizuddin-Syah, B. A. M., & Ahmad Rusli, R. Z. (2021). Financial literacy and financial performance of small and medium-sized enterprises. *The South East Asian Journal of Management, 15*(1), 72–96. https://doi.org/10.21002/seam.v15i1.13117.

การพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
THE COMPETENCY DEVELOPMENT FOR MICE CITY OF PRACHUAP KHIRI KHAN

ธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป*
Tanichar Chaichatchawalprateep
คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
Faculty of Hospitality and Tourism Industry, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
*Corresponding Author E-mail: tanichar.cha@rmutr.ac.th
Received October 9, 2025; **Revised** March 22, 2026; **Accepted** March 27, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE) ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธีระหว่าง (1) การวิจัยเชิงปริมาณ วิธีวิจัยเชิงสำรวจ มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มแบบ เจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (2) การวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เจ้าหน้าที่รัฐและผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และ (3) การวิจัยจากเอกสาร โดยวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันด้วยข้อมูลโดยเครื่องมือ C-PEST, SWOT และ TOWS matrix

ผลการวิจัยพบว่า (1) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ ต้องอาศัยการจัดการด้านสถานที่ สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย การสร้างภาพลักษณ์ และการสนับสนุนจากภาครัฐของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับมาก (2) การพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ต้องอาศัยการจัดการบริหารพื้นที่ ทรัพยากร ความร่วมมือจากภาครัฐโดยอาศัยความร่วมมือกับชุมชนในการส่งเสริมกิจกรรมด้านวัฒนธรรม (3) ยุทธศาสตร์เชิงรุกด้วยการใช้จุดแข็งจาก Royal Heritage ที่มีเอกลักษณ์ ทำเลที่ตั้ง ความพร้อมของผู้ประกอบการในการแข่งขันจากการเติบโตของการท่องเที่ยว

ดังนั้นจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรกำหนดยุทธศาสตร์ (1) การจัดทำฐานข้อมูล (2) กำหนดกลไกการทำงาน (3) พัฒนากิจกรรม (4) พัฒนาสินค้า-บริการ (5) ส่งเสริมให้เป็นจุดหมายการท่องเที่ยว และ (6) สร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นให้แก่การเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์, เมืองแห่งไมซ์, จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Abstract

This research aimed to investigate the guidelines for developing the potential of Prachuap Khiri Khan Province as a MICE city. A mixed-methods research design was employed, consisting of three components: (1) Quantitative research using a survey method with a questionnaire administered to a purposive sample of 400 tourists in Prachuap Khiri Khan province, with data analyzed through frequency, percentage, mean,

and standard deviation, (2) Qualitative research using in-depth interviews with ten key informants, including government officials and private entrepreneurs, analyzed via content analysis, and (3) Documentary research to evaluate competitive potential using C-PEST, SWOT, and TOWS Matrix tools.

The findings indicated that: (1) Tourists' satisfaction regarding of MICE potential-encompassing venue management, environment, safety, brand image, and government support was at a high level. (2) The evolution into a MICE city necessitated to integrate the spatial administration and resource management, alongside robust public-sector collaboration with local communities to promote cultural activities. (3) Proactive strategies must leverage the province's unique "Royal Heritage" identity, its strategic location, and the readiness of local entrepreneurs amidst the growing tourism sector.

Consequently, Prachuap Khiri Khan province needs to implement six key strategies: (1) developing a comprehensive database, (2) establishing operational mechanisms, (3) diversifying MICE activities, (4) enhancing MICE-related products and services, (5) promoting the province as a premier travel destination, and (6) creating a distinctive brand identity to solidify its position as a leading MICE destination.

Keywords: Strategy, MICE City, Prachuap Khiri Khan Province

บทนำ

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์งานอีเวนต์ทางธุรกิจและการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เน้นการประชุมและแสดงสินค้า หรือ MICE (ไมซ์) ประกอบด้วย Meetings (ประชุมองค์กร) Incentives (ท่องเที่ยวรางวัล) Conventions (ประชุมนานาชาติ) และ Exhibitions (งานแสดงสินค้า) อันเป็นกลไกสำคัญขับเคลื่อนเศรษฐกิจ กระตุ้นการใช้จ่ายในภาคท่องเที่ยว โรงแรม และบริการ (สมชาย กระแจะเจิม และคณะ, 2566) รายงานของสมาคมการประชุมนานาชาติระดับโลก 2561 (International Congress and Convention Association - ICCA) พบว่า อุตสาหกรรมไมซ์ไทยขึ้นเป็นอันดับ 4 ของเอเชีย ด้านการประชุมนานาชาติจำนวน 193 งาน รองจากญี่ปุ่น จีน และเกาหลี และเป็นอันดับหนึ่งของอาเซียนยกขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 5 ของเอเชีย โดยมีจำนวนงานประชุมนานาชาติ 171 งาน และผลสำรวจความคิดเห็นของนักธุรกิจไมซ์กว่า 20 ประเทศทั่วโลก พบว่า ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ยอดนิยมอันดับ 1 ที่นักเดินทางอยากกลับมาจัดกิจกรรมไมซ์มากที่สุด โดยญี่ปุ่นและสิงคโปร์ เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ (สุรัชสานุ์ ทองมี และคณะ, 2565) ด้วยปัจจัยโดดเด่นในเรื่องของความเป็นมิตร การบริการต้อนรับ ความคุ้มค่า ความหลากหลายของอาหารนานาชาติ และกิจกรรมส่งผลให้มีการจัดงานหรือร่วมงานไมซ์ในประเทศไทยมากกว่าประเทศอื่น ๆ นอกจากนั้น ยังปรากฏว่าประเทศไทยเป็นตัวเลือกอันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้ความนิยม โดยมีภาพลักษณ์โดดเด่นใน 3 เรื่องหลัก ได้แก่ (1) ความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ ศูนย์กลางการเชื่อมโยงเดินทางที่สะดวก ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นไปตามมาตรฐานสากล การเดินทางไป-กลับจากประเทศที่จัดกิจกรรมไมซ์ มีความสะดวกทั้งโดยเครื่องบินและรถไฟ ผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ และมีการกำกับ

ดูแลที่ดี สอดคล้องตามหลักนโยบายการดำเนินธุรกิจ/หลักบรรษัทภิบาล (2) ความประทับใจ ได้แก่ การบริการต้อนรับของผู้คนและความหลากหลายของอาหาร และ (3) ประสบการณ์ที่มีความแตกต่าง ได้แก่ ประเพณีและวัฒนธรรม และธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ (จารึก ดาดี และคณะ, 2565) นอกจากนั้น ยังมีกิจกรรมพิเศษนอกเหนือจากงานไมซ์มากมายให้เลือกมีการเดินทางเข้า-ออกประเทศที่สะดวก มีโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลาย และประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความเป็นเอกลักษณ์ กลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์มีความสามารถในการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 2-3 เท่า และประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการให้มีศักยภาพที่สามารถเข้าสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยกำหนดแนวทางและนโยบายในการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของประเทศ ผลักดันให้เกิดการพัฒนาและตื่นตัวทั้งทางด้านสินค้าและบริการและทักษะของผู้ให้บริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและตลาดโลกได้ เป็นหนึ่งในโครงการสำคัญที่มีความสอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) คือ โครงการไมซ์ซิตี้ (MICE City) เป็นนโยบายที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการได้เล็งเห็นศักยภาพของเมืองที่มีความพร้อม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และขอนแก่น พิจารณาความพร้อมของจังหวัดต่าง ๆ ใน 3 ด้าน คือ โครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่ท่องเที่ยว (มัตติกา ชัยมีแรง และคณะ, 2566)

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ถือว่าเป็นเมืองที่มีศักยภาพเป็นเมืองไมซ์บนพื้นที่คาบสมุทรที่แคบและยาวลงไปทางภาคใต้ มีชายหาดที่ทอดยาวงดงาม และมีอำเภอหัวหินเป็นเมืองตากอากาศที่มีชื่อเสียงในระดับโลก และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่นสถานีรถไฟหัวหินที่มีความเป็นเอกลักษณ์และ มีความสวยงามรวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นอีกมากมาย นอกจากนี้ยังมีสถานที่สำหรับการประชุม สัมมนาและจัดเลี้ยงหลายรูปแบบ ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการและดึงดูดนักเดินทางไมซ์ ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งยังมีโรงแรมขนาดใหญ่ เช่น ซึ่งแต่ละโรงแรมสามารถรองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้จำนวน 500 คนและสามารถจัดกิจกรรมไมซ์ได้ตลอดทั้งปีนอกจากนี้ยังมีโรงแรมระดับ 3-5 ดาวสำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีการคมนาคมที่สะดวกสบายทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศและพื้นที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก สำหรับจังหวัดประจวบคีรีขันธ์นั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่รู้จักเมืองหัวหินมากกว่าอำเภออื่น ๆ ซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แตกต่างและ มีความน่าสนใจไม่แพ้อำเภอหัวหิน (มัตติกา ชัยมีแรง และคณะ, 2566)

ปัจจุบันยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนายุทธศาสตร์เมืองแห่งไมซ์อยู่จำนวนน้อย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยคาดหวังว่าผลการวิจัยจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนา ยุทธศาสตร์ที่สร้างเอกลักษณ์และความพร้อมของผู้ประกอบการของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้มีศักยภาพเหนือคู่แข่งขันได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การทบทวนวรรณกรรม

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์งานอีเวนต์ทางธุรกิจและการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เน้นการประชุมและแสดงสินค้า หรือ MICE (ไมซ์) ประกอบด้วย Meetings (ประชุมองค์กร) Incentives (ท่องเที่ยวรางวัล) Conventions (ประชุมนานาชาติ) และ Exhibitions (งานแสดงสินค้า) อันเป็นกลไกสำคัญขับเคลื่อนเศรษฐกิจกระตุ้นการใช้จ่ายในภาคท่องเที่ยว โรงแรม และบริการ (สมชาย กระแจะเจิม และคณะ, 2566) การพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดของการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

1.1 ศักยภาพการเติบโตของตลาดท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศไทย

ธุรกิจไมซ์เติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อจุดหมายปลายทางแห่งการแข่งขันทางการตลาดให้ธุรกิจไมซ์ของไทยมีมาตรฐานและได้รับการยอมรับในระดับสากล (สุรัชสานุ์ ทองมี และคณะ, 2565) แผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้แบ่งตลาดหลักออกเป็น 2 กลุ่มนักธุรกิจ คือ กลุ่มธุรกิจการประชุมสัมมนาและกลุ่มธุรกิจแสดงสินค้า โดยดำเนินกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อค้นหาโอกาสประมูลงานการประชุมสมาคมการประชุมกลุ่มใหญ่ การร่วมมือทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมวิชาชีพภายในประเทศ ส่วนในกลุ่มธุรกิจจัดแสดงสินค้า รัฐบาลมุ่งเน้นพัฒนาตลาดไมซ์ในกลุ่มธุรกิจแฟชั่น ยานยนต์ และชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ เป็นต้น (จิรวัฒน์ ขันธโภคัย, 2564)

1.2 การสำรวจศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์จากองค์ประกอบการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดที่ประเมินความพร้อมที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง รวมถึงความน่าสนใจของสถานที่นั้นว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยว นักเดินทาง หรือแม้แต่ผู้เข้าร่วมประชุม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรคำนึงถึงองค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่ (1) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) (2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) (4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) (5) ที่พัก (Accommodation) (6) กิจกรรม (Activities) (ตันติกร โคตรชารี และคณะ, 2564)

2. การวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยเครื่องมือ C-PEST, SWOT และ TOWS Metrix

2.1 C-PEST Analysis คือ เครื่องมือในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจภาพรวมของสภาพแวดล้อมในพื้นที่ (Hemsuwan et al., 2024) ประกอบด้วย (1) Competitve คือ การวิเคราะห์คู่แข่งขันในอุตสาหกรรม (2) Politic คือ การวิเคราะห์นโยบายและการเมือง (3) Economic การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นตัวกำหนดกำลังซื้อของคนในประเทศ และเป็นตัวกำหนดตลาดขนาดใหญ่ในประเทศ (4) Social การวิเคราะห์สภาพสังคมที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และชีวิตการเป็นอยู่ (5) Technology การวิเคราะห์ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ที่ส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขัน

2.2 SWOT เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพองค์กรจากปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กร (Jiang & Bi, 2022) ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร เช่น ระบบ งบประมาณ องค์ความรู้หรือทรัพยากร ถ้าเป็นข้อได้เปรียบจะถือว่าเป็นจุดแข็ง (Strengths: S) หากทำให้เกิดความเสีย

เปรียบในการแข่งขันจะถือว่าเป็นจุดอ่อน (Weaknesses: W) และ (2) การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เช่น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน หากเป็นปัจจัยสนับสนุน ให้เกิดความได้เปรียบทางการข่งขันจะถือว่าเป็นโอกาส (Opportunities: O) หากทำให้เกิดความเสียเปรียบทางการแข่งขัน จะถือว่าเป็นอุปสรรค (Threat: T)

	จุดแข็ง (S)	**จุดอ่อน (W)**
โอกาส (O)	กลยุทธ์ SO (กลยุทธ์เชิงรุก)	กลยุทธ์ WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
อุปสรรค (T)	กลยุทธ์ ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)	กลยุทธ์ WT (กลยุทธ์เชิงรับ)

ภาพที่ 1 แสดง TOWS matrix analysis

2.3 TOWS metrix เป็นแมทริกซ์ที่แสดงถึงโอกาสและอุปสรรคจากภายนอกที่สัมพันธ์กับจุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์กรโดยมีทางเลือกของกลยุทธ์ 4 ทางเลือก ซึ่งเกิดจากการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน (Jiang & Bi, 2022) ดังนี้ (1) กลยุทธ์ SO (กลยุทธ์เชิงรุก) เป็นตำแหน่งหรือสถานการณ์ที่บริษัทจะใช้กลยุทธ์จุดแข็งและข้อได้เปรียบจากโอกาส ถ้ามีจุดอ่อนก็จะพยายามแก้ไขเพื่อให้เปลี่ยนเป็นจุดแข็งถ้าเผชิญอุปสรรคก็ต้องพยายามเปลี่ยนให้เป็นโอกาส หรือใช้จุดแข็งที่มีเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส (2) กลยุทธ์ WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข) เป็นสถานการณ์ที่ธุรกิจพยายามให้มีจุดอ่อนต่ำสุด และมีโอกาสสูงสุด ดังนั้น ธุรกิจจะต้องพยายามหาวิธีการแก้ไข โดยพยายามแก้ไขจุดอ่อน และสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส (3) กลยุทธ์ ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน) เป็นสถานการณ์ที่ธุรกิจมีจุดแข็งและมีอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก จะต้องใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงหรือเอาชนะอุปสรรคให้ได้ และ (4) กลยุทธ์ WT (กลยุทธ์เชิงรับ) เป็นสถานการณ์ที่ธุรกิจมีจุดอ่อนและมีอุปสรรค ในกรณีนี้จะต้องพยายามสร้างจุดแข็ง และเอาชนะอุปสรรคให้ได้

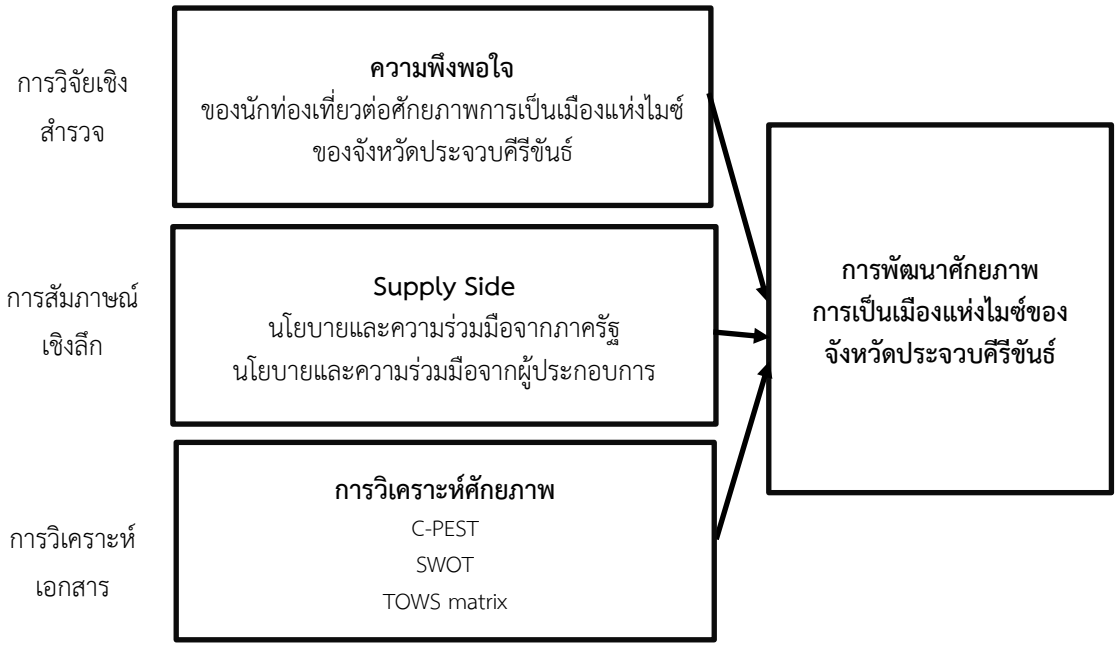
3. ปัจจัยเพื่อประเมินศักยภาพในการเป็นไมซ์ซิตี้

การพัฒนาเมืองไมซ์ซิตี้ต้องเริ่มจากการประเมินศักยภาพและขีดความสามารถของเมือง โดยพิจารณาตามองค์ประกอบที่ควรมีในเมืองที่สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ เกณฑ์การประเมินของไมซ์ซิตี้ของประเทศไทยควรจำแนกเกณฑ์การประเมินออกเป็น 8 กลุ่ม (นิพล เชื้อเมืองพาน และคณะ, 2568; Wang & Chen, 2020) ดังนี้ (1) ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน เป็นเกณฑ์ที่จะสะท้อนถึงความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่เมืองที่จัดงาน (2) การสนับสนุนการจัดงานไมซ์ จากในเมืองจัดงาน เป็นเกณฑ์ที่จะสะท้อนถึงการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ของบุคลากรภายในเมืองที่ จัดงาน (3) กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม เป็นเกณฑ์ที่จะสะท้อนถึงสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ในเมืองจัดงาน (4) ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นเกณฑ์ที่จะสะท้อนถึงโรงแรมหรือที่พักในเมืองในด้านต่าง ๆ (5) สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นเกณฑ์ที่จะสะท้อนถึงสถานที่จัดงานในเมือง ในด้านต่าง ๆ (6) ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง เป็นเกณฑ์ที่จะสะท้อนถึงทัศนคติ

ของผู้เข้าร่วมงานต่อเมืองที่จัดประชุม (7) สภาพแวดล้อมของเมือง เป็นเกณฑ์ที่สะท้อนถึงสภาพแวดล้อมทั่วไปของเมือง และ (8) ความเสี่ยงในการยกเลิกงานและการรักษาความปลอดภัย เป็นเกณฑ์ที่สะท้อนถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่องานที่จัดและผู้เข้าร่วมงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE) ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการทบทวนวรรณกรรม แสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) มีรายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) มีระเบียบวิจัยดังนี้

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งไม่ทราบประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวเข้าร่วมประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE) ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การคำนวณกลุ่มตัวอย่าง จึงเลือกใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non – probability sampling) วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2560) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยประยุกต์ขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) 0.666 – 1.000 และมีค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha เท่ากับ 0.860 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.700 ดังนั้นจึงนำแบบสอบถามนี้ ไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2560)

1.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ Google form โดยใช้การลงเก็บข้อมูลในพื้นที่ด้วยตัวผู้วิจัยเองและทีมงาน ประกอบกับการส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังโซเชียลมีเดีย

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) มีระเบียบวิจัยดังนี้

2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

(1) กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 2 คน และ (2) กลุ่มผู้ประกอบการที่ให้บริการเกี่ยวข้องกับกิจกรรมไมซ์ จำนวน 8 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) จำนวน 2 ชุด สำหรับกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มผู้ประกอบการที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และมีความสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

2.3 วิธีการเก็บข้อมูล

การสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรง (Face to face Interview) สื่อสารรายบุคคลกับผู้ให้สัมภาษณ์ ผ่านระบบประชุมออนไลน์ เช่น Zoom หรือ Meet ประมาณ 15 – 20 นาทีต่อราย

2.4 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มีขั้นตอน ดังนี้ (1) จัดหมวดหมู่เนื้อหา (2) จัดทำโครงสารบัญและหัวข้อที่จะเขียน จำแนกตามหัวข้อหลัก และหัวข้อรอง (3) ถอดความโดยอาศัยวิธีการตีความ (Inductive) ร่วมกับการสังเกต และ (4) การวิเคราะห์และตีความนำความรู้จากทฤษฎีวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนงานวิจัยที่ผ่านมาร่วมพิจารณาด้วยทุกครั้ง

3. การศึกษาจากเอกสาร (Document research)

3.1 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยอาศัยการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น เว็บไซต์ของรัฐ และเอกสารของรัฐ หรือบทความวิเคราะห์ทางวิชาการและทางธุรกิจ

3.2 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ C-PEST, SWOT และ TOWS matrix

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อปัจจัยการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D. = 0.37)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.15 (S.D. = 0.43) รองลงมา ด้านความปลอดภัยของเมือง ค่าเฉลี่ย 4.14 (S.D. = 0.54) ด้านภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง ค่าเฉลี่ย 4.13 (S.D. = 0.51) ด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ย 4.12 (S.D. = 0.43) ด้านการสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากเมืองที่จัดงาน ค่าเฉลี่ย 4.10 (S.D. = 0.40) ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม ค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D. = 0.54) ด้านความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน ค่าเฉลี่ย 4.00 (S.D. = 0.52) และด้านการบริหารความเสี่ยงที่มีผลต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ ค่าเฉลี่ย 3.94 (S.D. = 0.37) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อปัจจัยการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม

ปัจจัยการเป็นเมืองแห่งไมซ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ด้านสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.15	0.43	มาก	1
ด้านความปลอดภัยของเมือง	4.14	0.54	มาก	2
ด้านภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง	4.13	0.51	มาก	3
ด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.12	0.43	มาก	4
ด้านการสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากเมืองที่จัดงาน	4.10	0.40	มาก	5
ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม	4.04	0.54	มาก	6
ด้านความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน	4.00	0.52	มาก	7
ด้านการบริหารความเสี่ยงที่มีผลต่อการจัดกิจกรรมไมซ์	3.94	0.53	มาก	8
รวม	**4.08**	**0.37**	**มาก**	

2. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

(1) กลุ่มภาครัฐ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐมีมุมมองว่า การจะผลักดันประจวบคีรีขันธ์ สู่การเป็นเมืองไมซ์ต้องอาศัยการบริหารจัดการพื้นที่และทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และที่สำคัญคือต้องเกิดจากความร่วมมือกันอย่างจริงจังระหว่างภาครัฐกับชุมชนในการส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างจุดเด่นและเอกลักษณ์ที่แตกต่างดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ ด้วยกำหนดนโยบาย กำหนดกลุ่มเป้าหมายแล้วทำการสำรวจเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการที่แท้จริง โดยการประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วน เช่น การสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ การลงทุนและจัดกิจกรรม จากภาคเอกชน การประชาสัมพันธ์จากภาคสื่อ การพัฒนาบุคลากรจากภาคการศึกษา และการมีส่วนในการพัฒนาดำเนินงานจากภาคประชาชน

(2) กลุ่มผู้ประกอบการ ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยพัฒนาทักษะการจัดการบริหารพื้นที่และทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความต้องการและกิจกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ การสร้างจุดเด่นและความแตกต่างมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะการใช้เอกลักษณ์ความเป็น "Royal

Heritage" หรือมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของพื้นที่มาเป็นจุดขายในการทำการตลาด และให้ความสำคัญของการจัดการภาพลักษณ์ และที่สำคัญที่สุดคือต้องการการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐของจังหวัดในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวม

3. ผลการวิเคราะห์เอกสาร

การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ C-PEST, SWOT และ TOWS matrix สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้วยเครื่องมือ C-PEST, SWOT และ TOWS matrix สรุป

ปัจจัย C-PEST	สรุปจากเอกสาร	การเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ SO
(1) Competitive (การแข่งขัน)	จังหวัดมี "สถานที่" และ "สภาพแวดล้อม" ที่น่าพึงพอใจสูง มีผู้ประกอบการที่พร้อมแข่งขัน และมีทำเลที่ตั้งโดดเด่น	จุดแข็ง: รักษาและยกระดับมาตรฐานสถานที่/บริการ เพื่อสร้างความได้เปรียบ โอกาส: ขยายตลาดโดยชูความพร้อมนี้ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายใหม่
(2) Political (นโยบาย/การเมือง)	ภาครัฐให้การสนับสนุนการจัดทำฐานข้อมูลและกลไกการทำงานร่วมกัน รวมถึงเน้น "ความปลอดภัย"	จุดแข็ง: ใช้การสนับสนุนภาครัฐสร้างความเชื่อมั่น โอกาส: ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การเป็นเมืองไมซ์ด้วยนโยบายที่ชัดเจนและเป็นระบบ
(3) Economic (เศรษฐกิจ)	การท่องเที่ยวมีการเติบโต ซึ่งเป็นตัวกำหนดกำลังซื้อและขนาดตลาดที่ใหญ่ขึ้น	จุดแข็ง: ใช้ความพร้อมของผู้ประกอบการในการรองรับกำลังซื้อ โอกาส: เจาะตลาดไมซ์กลุ่มพรีเมียมหรือกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงจากการเติบโตนี้
(4) Social (สังคม/วัฒนธรรม)	มีอัตลักษณ์ "Royal Heritage" ที่โดดเด่น และเน้นความร่วมมือกับชุมชนในการส่งเสริมวัฒนธรรม	จุดแข็ง: ชูเอกลักษณ์ Royal Heritage เป็นจุดขายที่ลอกเลียนแบบยาก โอกาส: สร้างกิจกรรมไมซ์ที่เชื่อมโยงกับชุมชนและวัฒนธรรม ตอบโจทย์การท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน
(5) Technological (เทคโนโลยี)	มีความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการฐานข้อมูลและการตลาด	จุดแข็ง: นำเทคโนโลยีมาเสริมประสิทธิภาพการจัดการทรัพยากร โอกาส: ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์และสร้างความแตกต่างทางตลาด

การใช้จุดแข็งจาก เอกลักษณ์ความเป็น "Royal Heritage ทำเลที่ตั้งที่โดดเด่น ความพร้อมของผู้ประกอบการในการแข่งขัน เพื่อฉกฉวยโอกาสในการเติบโตจากอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวและแนวโน้มการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรมุ่งเน้น "การพัฒนา MICE

เชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืน" โดยใช้กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ผ่านการชูจุดแข็งเรื่องเอกลักษณ์ "Royal Heritage" และทำเลที่ตั้งที่โดดเด่นเพื่อสร้างความแตกต่าง โดยประสานร่วมกับโอกาสจากการเติบโตของการท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการนำ “เทคโนโลยี”มาใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากรและการตลาดไมซ์เพื่อสร้างกลไกการทำงานร่วมกันอย่างยั่งยืนระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการส่งเสริมภาพลักษณ์และการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ในระดับประเทศ และระดับสากล

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเอกสาร ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาแผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้ทั้งหมด 6 ยุทธศาสตร์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การจัดทำฐานข้อมูลฐานทรัพยากร MICE ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างกลไกการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ MICE ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนากิจกรรมไมซ์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนที่จะรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในจังหวัด

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมให้จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ให้เป็นตัวเลือก 1 ในประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การสร้างความแตกต่างให้กับตลาดไมซ์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

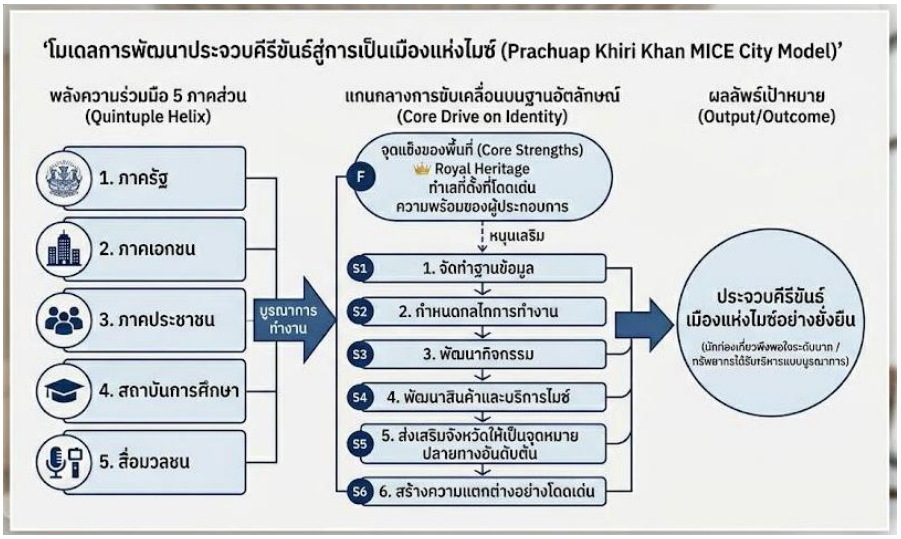
อภิปรายผล

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความพร้อมในระดับมาก ทั้งในด้านสถานที่ สภาพแวดล้อม และความปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของสมชาย กระแจะเจิม และคณะ (2566) งานวิจัยของมัตติกา ชัยมีแรง และคณะ (2566) และงานวิจัยของนิพล เชื้อเมืองพาน และคณะ (2568) ที่เน้นย้ำว่าปัจจัยพื้นฐานด้านโครงสร้างพื้นฐานและภาพลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นหัวใจสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่น่าสนใจจากการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์ TOWS matrix คือ ความจำเป็นในการยกระดับจากการแข่งขัน ด้านราคา ไปสู่การสร้างคุณค่า โดยการใช้กลยุทธ์เชิงรุกที่มุ่งเน้นการชูจุดแข็งเรื่องเอกลักษณ์ "Royal Heritage" ซึ่งผลลัพธ์นี้สนับสนุนแนวคิดเรื่องขีดความสามารถในการแข่งขันที่ไม่หยุดนิ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรัชสานุ์ ทองมี และคณะ (2565) งานวิจัยของจารึก ดาดี และคณะ (2565) และงานวิจัยของมัตติกา ชัยมีแรง และคณะ (2566) ที่อธิบายว่าธุรกิจหรือแหล่งท่องเที่ยวต้องสร้างความแตกต่างที่ลอกเลียนแบบได้ยากเพื่อรักษาความได้เปรียบในระยะยาว นอกจากนี้ ผลการวิจัยที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของการจัดการบริหารทรัพยากรและความร่วมมือจากภาครัฐโดยอาศัยความร่วมมือกับชุมชนในการส่งเสริมกิจกรรมด้านวัฒนธรรม ยังสอดคล้องอย่างยิ่งกับแนวทางการท่องเที่ยวไมซ์อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wag & Chen (2020) งานวิจัยของ Jiang & Bi (2022) และงานวิจัยของ Hemsuwan et al. (2024) ที่ระบุว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องเกิดจาก

การมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ และต้องสร้างผลประโยชน์ที่เป็นธรรมให้แก่ชุมชนท้องถิ่น การที่ประจวบคีรีขันธ์มุ่งเน้นการเชื่อมโยงกิจกรรมไมซ์กับชุมชนและวัฒนธรรมจึงไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความแตกต่าง แต่ยังเป็นการสร้างความยั่งยืนในระยะยาวตามกรอบการท่องเที่ยวสมัยใหม่ ดังนั้น การที่ภาครัฐและผู้ประกอบการเห็นพ้องในการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมกัน จึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไมซ์ของจังหวัดให้สัมฤทธิ์ผลและมีความสามารถในการแข่งขันในระดับประเทศตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การที่จะผลักดันให้จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเมืองแห่งไมซ์ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนดังนี้ ได้แก่ ภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) สำนักงานพาณิชย์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภาคเอกชน ได้แก่ หอการค้าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สมาคมโรงแรมผู้ประกอบการโรงแรม ผู้จัดงานมืออาชีพในพื้นที่ ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ ภาคประชาชน ได้แก่ ชุมชนในท้องถิ่นและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ผู้นำชุมชน สถาบันการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย หรือโรงเรียนอาชีวะในพื้นที่ และสื่อ ได้แก่ สื่อท้องถิ่น สื่อออนไลน์ อินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น สื่อระดับประเทศ ในการดำเนินแผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ทั้งหมด 6 ยุทธศาสตร์



ภาพที่ 3 องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย “โมเดลการพัฒนาประจวบคีรีขันธ์สู่การเป็นเมืองแห่งไมซ์”

สรุป

การพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาจังหวัดให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อศักยภาพไมซ์ของจังหวัดในระดับมาก โดยเฉพาะด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาสู่เมืองไมซ์จำเป็นต้องอาศัยการบริหารจัดการพื้นที่และทรัพยากรแบบบูรณาการ ควบคู่กับความร่วมมือที่เข้มแข็งระหว่างภาครัฐและชุมชนในการส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรม โดยยุทธศาสตร์เชิงรุกควรใช้อัตลักษณ์ "Royal Heritage" ที่เป็นเอกลักษณ์ ทำเลที่ตั้งที่โดดเด่น และความพร้อมของผู้ประกอบการท่ามกลางการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว บทความเสนอแนะให้ประจวบคีรีขันธ์ดำเนินยุทธศาสตร์หลัก 6 ด้าน ได้แก่ การจัดทำฐานข้อมูล การกำหนดกลไกการทำงาน การพัฒนากิจกรรม การพัฒนาสินค้าและบริการไมซ์ การส่งเสริมจังหวัดให้เป็นจุดหมายปลายทางอันดับต้น และการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยุทธศาสตร์ที่ 1 จัดทำระบบ Digital MICE database ที่รวบรวมข้อมูลสถานที่จัดงาน โรงแรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบ Real-time เพื่อให้ผู้จัดงานเข้าถึงข้อมูลได้ครบถ้วนในที่เดียว ยุทธศาสตร์ที่ 2 จัดตั้งคณะกรรมการ (MICE board) ระดับจังหวัดเพื่อบูรณาการการทำงานระหว่างภาครัฐ เอกชน และสมาคมท่องเที่ยว เชื่อมโยงนโยบายและการแบ่งปันทรัพยากรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับมาตรฐานการจัดงานด้วยเกณฑ์รักษ์โลกที่เน้นการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เลือกใช้เมนูอาหารจากวัตถุดิบตามฤดูกาลในพื้นที่ (เช่น สับปะรดประจวบฯ หรืออาหารทะเลจากประมงพื้นบ้าน) เพื่อลดการขนส่งและการจัดการขยะเป็นศูนย์เพื่อดึงดูดกลุ่มตลาดที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและทักษะบุคลากร (Upskill/Reskill) ด้านภาษาและเทคโนโลยีการบริการ พร้อมทั้งยกระดับสินค้าชุมชนให้เป็นของที่ระลึกระดับพรีเมียมที่สะท้อนเอกลักษณ์ของจังหวัด ยุทธศาสตร์ที่ 5 ดำเนินการการตลาดเชิงรุกผ่านแคมเปญ "Prachuap: More than a Destination" โดยเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าองค์กรทั้งในและต่างประเทศผ่านการออกบูธนิทรรศการระดับโลกและการใช้ Influencer สายธุรกิจ และยุทธศาสตร์ที่ 6 สร้างความต่างด้วยแนวคิด "Workation & Bleisure" โดยชูจุดเด่นเรื่องความเงียบสงบของชายหาดรวมกับกิจกรรมผจญภัยและสุขภาพ (Wellness) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่หาจากจังหวัดอื่นไม่ได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งถัดไปควรวิจัยถึงผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.2 การวิจัยครั้งถัดไปควรทำการสำรวจความพร้อมและความคาดหวังของตลาดไมซ์เป้าหมายในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานโดยคณะกรรมการ ส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ร่วมกับโครงการวิจัยมูลฐานมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เลขที่สัญญา

FRB6713/2567 รหัสโครงการ 4692580 โครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปีงบประมาณ 2567

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2560). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows* (พิมพ์ครั้งที่ 14). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จารึก ดาดี, สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล และชัยวุฒิ จันมา. (2565). อนาคตภาพการจัดการสถานที่จัดงานแสดงสินค้าของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยตามแนววิถีใหม่. *วารสารวิชาการ อุตสาหกรรมศึกษา, 16*(1), 19-40.

จิรวัฒน์ ขันธโภคัย. (2564). *ศักยภาพของการเป็นเมืองไมซ์ (MICE City) ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิพล เชื้อเมืองพาน, กฤติยา ทองคุ้ม, วันวสา วิโรจน์นารมย์ และศิริพร กิรติการกุล. (2568). การพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์อย่างยั่งยืนในจังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, *12*(1), 40-58.

ตันติกร โคตรชารี, จินณพัษ ปทุมพร และราณี อิสิชัยกุล. (2564). การศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การเลือกเมือง จุดหมายปลายทางและความจงรักภักดีของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวเกย์ชาวต่างชาติ. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, *4*(2), 728-743.

มัตติกา ชัยมีแรง, วนิดา นเรธรณ์ และวิชาญ พันธุ์ดี. (2566). การประเมินศักยภาพการพัฒนาไมซ์ซิตี้เพื่อรองรับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ พื้นที่อำเภอเมืองนครราชสีมา. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ มหาวิทยาลัยมหิดล*, *10*(2), 1–25.

สมชาย กระแจะเจิม, อธิธัช สิรวริศรา, ฐิติมา โห้ลำยอง และสุพัตรา ยอดสุรางค์. (2566). แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ในบริบท-ของพื้นที่อำเภอหัวหิน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *8*(1), 370-378.

สุรัชสานุ์ ทองมี, เกิดศิริ เจริญวิศาล และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2565). การวิเคราะห์องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดและตัวชี้วัดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, *14*(1), 145-161.

Hesuwan, N., Jaroenwisan, K., & Pooripakdee, S. (2024). The potential and readiness: being a destination for MICE industry of Thailand. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, *19*(2), 54–66.

Jiang. H., & Bi. C. (2022). A study of strategic planning of MICE tourism in Khon Kaen based on SWOT Analysis. *Technium Social Sciences Journal, 38*(1), 493-501.

Wag. Y., & Chen. L. (2020). *MICE tourism management and development.* Springer

WAYS TO DEVELOP CERTAIN OPTIONS OF SUBSTITUTING FOR TOBACCO PLANTATION FOR TOBACCO FARMERS BY COMMUNITY PARTICIPATION

Nirumon Rattanarat
Thammasat University
Sureeshine Phollawan*
Kasetsart University
*Corresponding Author E-mail: sureeshine@yahoo.com
Received November 8, 2025; **Revised** March 22, 2026; **Accepted** March 30, 2026

Abstract

This research article aims to examine (1) the process of community participation in reflecting problems related to local tobacco cultivation and (2) approaches for determining alternative measures to substitute tobacco farming for tobacco farmers. A qualitative research methodology was employed. Data were collected through semi-structured in-depth interviews with key informants selected by using purposive sampling, including tobacco farmers, government officials, representatives from civil society, and community leaders. In addition, a participatory training workshop was organized to collaboratively develop alternative measures for substituting tobacco cultivation.

The research results were found as follows; (1) community members reflected several problems related to tobacco cultivation, including rising production costs, declining government quotas for tobacco production, the lack of formal farmer associations, and health problems among farmers resulting from exposure to agricultural chemicals. (2) The proposed alternative measures include promoting integrated organic farming and community enterprises based on the New Theory Agriculture and the Sufficiency Economy Philosophy. The study also encourages collaboration between farmers and private companies in the production and distribution of hemp and cannabis for medical purposes, following the decriminalization policy and the legalization of hemp and cannabis. In addition, community enterprises are encouraged to engage in processing and marketing products derived from hemp and cannabis, which are economically valuable crops with the potential to substitute tobacco cultivation. These approaches highlight the importance of community participation and legal policy reform in supporting sustainable agricultural transition and improving the livelihoods of tobacco farmers.

Keywords: tobacco substitution, community participation, tobacco farming, Hemp and Cannabis, decriminalization policy

Introduction

Tobacco consumption continues to pose a significant global public health and development challenge. According to the World Health Organization (WHO), tobacco use remains responsible for more than 8 million deaths worldwide each year, including approximately 1.3 million deaths caused by exposure to second-hand smoke. Globally, there are about 1.3 billion tobacco users, the majority of whom live in low- and middle-income countries where the burden of tobacco-related diseases is particularly severe (WHO, 2023). Europe recorded the highest per capita consumption, with approximately one-third of men and one-fifth of women identified as smokers (Sirirawong, 2021). In Thailand, adult smoking prevalence in 2017 was 19.1%, and tobacco-related deaths reached about 50,000 in 2018, causing an economic loss of approximately 0.78% of the national GDP (United Nations Development Programme, 2018). In response, Thailand ratified the WHO Framework Convention on Tobacco Control (FCTC) and enacted the Tobacco Products Control Act B.E. 2560 (2017) to reduce consumption and regulate production. However, these measures, while effective in public health protection, have resulted in reduced production quotas and declining incomes among tobacco-growing households. This situation underscores the necessity to identify viable and sustainable livelihood alternatives through community participation and local development mechanisms.

Despite growing interest in alternative crops and enterprises, evidence on how community participation, market assurance, and local institutional support jointly enable farmers' transitions remains limited in Thailand. In Chiang Rai Province, there are 294 households engaged in tobacco farming, of which 262 households are located in Mae Lao District. This concentration makes Mae Lao District a particularly suitable area for examining community-based pathways for transitioning away from tobacco cultivation. This study therefore focuses on tobacco-growing communities in Mae Lao District, Chiang Rai Province (Dong Mada and Pa Ko Dam). Using qualitative methods—in-depth interviews with key stakeholders and field visits to role-model enterprises (e.g., Thai CBG; Doimaka Coffee)—the study explores constraints, incentives, and support mechanisms shaping the adoption of alternative livelihoods.

Accordingly, this article (i) contextualizes the policy and livelihood problem, (ii) analyzes community participation processes and feasible alternatives, and (iii) proposes actionable measures for state, private, and civil-society actors to support just and sustainable transitions for tobacco-growing communities.

Research Objectives

1. To study process of the community participation in reflecting problems of tobacco plantation in areas of Dongmada sub-district and Pah-kor-dum sub-district, Mae Lao district, Chiangrai province and

2. To study ways of determining optional measures of substituting for tobacco plantation for tobacco farmers in compliance with context of Dongmada sub-district and Pah-kor-dum sub-district, Mae Lao district, Chiangrai province.

Literature Review

This study draws upon interdisciplinary concepts related to community-based agricultural transition and justice-oriented development. Community-led development theory emphasizes participatory processes that enable local communities to build knowledge, strengthen self-reliance, and collectively address socio-economic challenges (Goodman, 2022). Complementing this perspective, New Theory Agriculture, the Philosophy of Sufficiency Economy, and the integrated farming system provide practical models for sustainable agricultural diversification, efficient resource management, and resilience in rural livelihoods (Taidong Municipal District, 2021; Singh, 2024).

At the economic and institutional level, the Community Enterprise concept highlights cooperative economic activities that enhance local income generation, value-added production, and market access (Mettathamrong et al., 2023).). Farmers' adoption of alternative livelihoods can also be explained through Rational Choice Theory, which suggests that individuals select options based on perceived costs and benefits (Fongtanakit, 2022). In addition, SWOT Analysis serves as a strategic tool for identifying internal capacities and external opportunities that influence decision-making and policy planning (Benzaghta, M., 2021).

Finally, the Decriminalization concept introduces a legal and policy dimension to agricultural transition. Following Thailand's regulatory reform that removed hemp and cannabis from the narcotics list under controlled conditions (Ministry of Public Health, 2022), these plants have emerged as potential alternative economic crops.

Together, these perspectives inform the study's conceptual framework, which integrates community participation, sustainable agriculture, and legal policy reform. This framework contributes to the body of knowledge by advancing the concept of community-based justice in agricultural transition, explaining how participatory decision-making and regulatory change can support the transition from tobacco cultivation toward more sustainable and equitable rural livelihoods.

Conceptual Framework

This research is a qualitative research. The researchers have defined the conceptual framework as follows:

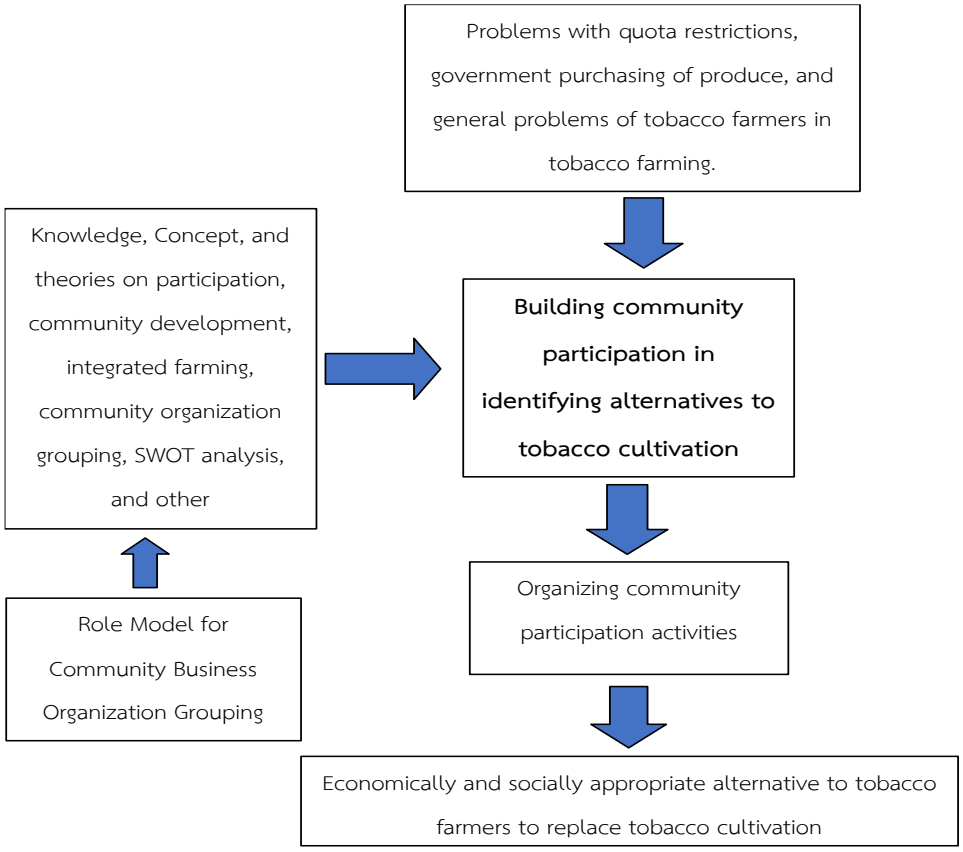


Figure 1 The conceptual framework of the research

Research Methodology

This study employed a qualitative research design to examine community participation and alternative livelihood options for tobacco farmers. Data were collected through semi-structured in-depth interviews with 25 key informants selected using purposive sampling. The informants comprised three groups: (1) ten tobacco farmers from Dongmada and Pah-kor-dum sub-districts who had cultivated tobacco for at least three years and expressed an interest in transitioning to other livelihoods; (2) five government officials involved in tobacco control policy and implementation with at least three years of relevant experience; and (3) ten civil society representatives or community leaders supporting alternative occupations, including successful local entrepreneurs or former tobacco farmers who had shifted to other livelihoods.

The interview guide was developed from relevant literature and theoretical frameworks. Content validity was assessed by three experts using the Index of Item–Objective Congruence (IOC), and the instrument was revised accordingly. Data credibility was ensured through triangulation by comparing information from multiple sources and methods. The collected data were transcribed, categorized according to research objectives, and analyzed using content analysis with descriptive interpretation.

Results

1. Community Participation in Identifying Problems of Tobacco Cultivation

The findings indicated that community participation played an important role in identifying key challenges affecting tobacco cultivation in Dongmada and Pah-kor-dum sub-districts, Mae Lao district, Chiang Rai province. Through in-depth interviews with stakeholders, farmers and community representatives collectively reflected structural, economic, institutional, and health-related factors contributing to the decline of tobacco farming in the area.

The major problems identified are summarized as follows:

1.1 Rising production costs. Tobacco cultivation requires increasing expenditures for labor, fertilizers, and production equipment, resulting in reduced profitability for farmers.

1.2 Government tobacco control policies. The annual reduction of tobacco planting quotas has significantly decreased farmers' income and made tobacco cultivation less economically viable.

1.3 Strict quality standards from purchasing stations. Farmers must comply with strict production standards set by tobacco leaf purchasing stations. Failure to meet these standards results in lower selling prices.

1.4 Weak local farmer organization. The absence of regular meetings or formal farmer groups limits opportunities for collective problem-solving and knowledge sharing.

1.5 Health and environmental risks. Extensive use of chemical inputs in tobacco cultivation poses significant health risks to farmers and environmental impacts on the community.

In addition, the SWOT analysis revealed internal and external factors influencing farmers' decisions to adopt alternative livelihood options. Internal factors include farmers' limited skills for other occupations and long-term dependence on tobacco farming, while external factors include changing tobacco policies, market conditions, and

increasing support from government agencies and private sectors for alternative agriculture. These factors are summarized in Table 1.

Table 1 summarizing SWOT analysis in relation to factors influencing the farmers' decisions by taking other optional measures substituting for tobacco plantation

	Positive side	Negative side
	S: Strengths	**W: Weaknesses**
Internal environment	**S.1** Farmers possess long-term agricultural experience and available farmland adaptable to alternative crops. **S.2** Some farmers show willingness to shift to alternative livelihoods with potentially higher income. **S.3** Community relationships support cooperation and potential formation of community enterprises.	**W.1** Limited knowledge and technical skills for alternative agriculture. **W.2** Long-term dependence on tobacco cultivation reduces motivation to change livelihoods. **W.3** Previous investments in tobacco production equipment discourage crop transition.
External environment	**O: Opportunities** **O.1** Government tobacco control policies and declining profitability of tobacco encourage agricultural transition. **O.2** Government and private sectors provide training and support for integrated farming and hemp and cannabis cultivation. **O.3** Community enterprise promotion policies support value-added agricultural production.	**T: Threats** **T.1** Guaranteed purchasing systems and price support for tobacco reduce incentives to switch crops. **T.2** Market uncertainty and initial investment costs for alternative crops. **T.3** Continued demand for tobacco products in the market.

2. Alternative Measures for Substituting Tobacco Cultivation

Based on participatory training workshops, field observations, and policy analysis, the study identified four feasible pathways for supporting tobacco farmers in transitioning toward alternative livelihoods.

2.1 Integrated Organic Farming

Integrated organic farming was identified as a viable alternative to tobacco cultivation. This approach combines multiple agricultural activities such as crops, livestock, and aquaculture within the same farming system. The integration of these activities improves soil fertility, reduces dependence on chemical inputs, lowers production costs, and increases farmers' income through diversified agricultural outputs. In addition, organic products can achieve higher market value and improve long-term environmental sustainability.

2.2 Community Enterprises Based on the Sufficiency Economy

Another important pathway is the establishment of community enterprises in accordance with the Community Enterprise Promotion Act B.E. 2548 (2005). Under this framework, farmer groups can register with the District Agriculture Office to receive training, technological support, financial assistance, and tax privileges. Community enterprises encourage collective resource management, value-added production, and stronger market access while supporting the principles of the New Theory Agriculture and the Sufficiency Economy Philosophy, which emphasize self-reliance and resilience.

2.3 Private Sector Partnerships in Hemp and Cannabis Production

Collaboration between farmers and private companies represents another opportunity for livelihood diversification. The study found that companies such as Thai CBG Co., Ltd. provide technical training covering the entire cultivation process from seedling to harvest. Farmers may participate as contract growers or operate independently while selling outputs to the company. This partnership facilitates knowledge transfer, employment opportunities, and investment support. Moreover, Thailand's policy on the decriminalization of hemp and cannabis has reclassified these plants as regulated economic crops under state oversight, thereby creating new agricultural opportunities for rural communities.

2.4 Community-Based Processing and Product Development

The study also highlights the importance of expanding into processing and product development through community enterprises. Farmers' groups can produce value-added products derived from hemp and cannabis, such as herbal supplements, food products, cosmetics, and textile materials. By strengthening local supply chains and supporting small-scale rural industries, these initiatives can generate higher and more sustainable income for farmers while contributing to local economic development.

Discussion

From the research result, the researchers provide discussion in the following two issues:

1. Community Participation and Problems of Tobacco Plantation

that institutional support and value chain development are available. This comparison the findings showed that the decline in tobacco cultivation in Dongmada and Pah-kor-dum sub-districts is driven by both internal and external structural factors. Internally, farmers face high production costs, health risks from chemical exposure, and limited collective organization for knowledge exchange and problem-solving. These findings are consistent with Petchphoom et al. (2022), who reported similar economic and health-related pressures among tobacco farmers in northern Thailand and emphasized the importance of knowledge dissemination and collective action in supporting livelihood transition.

From an analytical perspective, the absence of strong farmer organizations reduces opportunities for shared learning and coordinated adaptation to changing market conditions. This supports the concept of community-led development Goodman (2022), which suggests that participatory collaboration enhances local capacity to address structural economic challenges. Without such mechanisms, farmers tend to rely on traditional production systems even when they become economically inefficient.

The findings also align with Nakamatte et al. (2025), who found that alternative crops such as cassava, maize, and rice can generate higher economic returns than tobacco, provided highlights that economic incentives alone are insufficient; institutional arrangements and market access are critical factors enabling successful agricultural transition.

Externally, government tobacco-control policies and declining profitability further contribute to the reduction of tobacco cultivation. Similar patterns were identified by Siripatthanakosol and Rattanarat (2021), who argued that policy changes and market shifts significantly influence farmers' livelihood decisions. These results indicated that agricultural transition occurs not only at the individual level but also within broader policy and economic contexts.

2. Optional Measures for Substituting Tobacco Plantation

The study identified four major pathways for supporting farmers' transition to alternative livelihoods: integrated organic farming, community enterprises based on the Sufficiency Economy framework, private sector partnerships in hemp and cannabis production, and community-based product development.

The promotion of integrated organic farming reflects the principles of the **Integrated Farming System** (Singh, 2024), which emphasizes diversified agricultural production to enhance ecological balance and reduce economic risk. In this study, farmers recognized that diversified production systems can reduce dependence on a single commodity crop such as tobacco and increase long-term income stability.

Similarly, the establishment of community enterprises aligns with the **New Theory Agriculture** and the **Sufficiency Economy Philosophy**, which emphasize self-reliance and community resilience. Previous research by Mettathamrong et al. (2023) demonstrates that community enterprises improve local value-added production and strengthen market access. The findings of this study further confirmed that collective organization enables farmers to share resources, develop new skills, and enhance economic resilience.

Another important finding concerns partnerships with private companies in hemp and cannabis cultivation. This development reflects Thailand's policy shift under the **Decriminalization Concept** (UNODC, 2007), which reframes previously restricted crops as regulated economic resources. From a theoretical perspective, this institutional change expands farmers' available livelihood options and influences their decision-making processes, consistent with **Rational Choice Theory** (Fongtanakit, 2022). Farmers are more likely to adopt alternative crops when expected economic benefits exceed perceived risks.

Finally, community-based processing and product development illustrate how rural communities can move beyond primary agricultural production toward value-added economic activities. By strengthening local supply chains and promoting small-scale rural industries, these initiatives contribute to sustainable rural development and reduce dependence on traditional tobacco markets.

Body of Knowledge

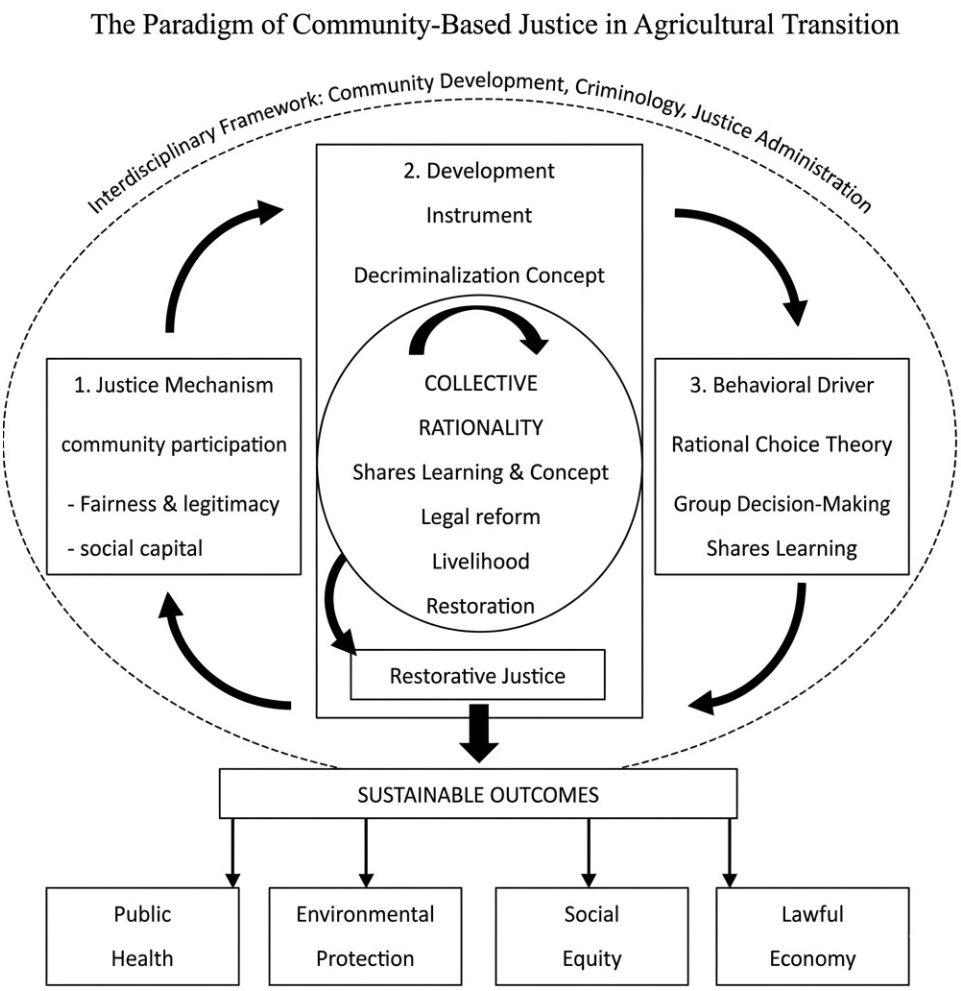


Figure 2 The interdisciplinary framework of Community-based Justice in Agricultural Transition and its potential applicability to similar rural transformation contexts

This study advances new interdisciplinary knowledge by merging *community development*, *criminology*, and *justice administration* into a coherent framework of agricultural reform. The first contribution lies in conceptualizing **community participation as a mechanism of justice**, transforming local cooperation into a means of achieving fairness, legitimacy, and social capital. Second, it introduces the **application of the Decriminalization Concept** as a developmental instrument linking legal reform with livelihood restoration. Decriminalization of hemp and cannabis is reframed as a policy of restorative justice that transitions farmers from informal to lawful economies. Third, the study extends *Rational Choice Theory* into a **collective rationality context**, showing that decisions emerge from shared learning and mutual trust rather than isolated economic

calculus. Collectively, these insights establish a new paradigm of **community-based justice in agricultural transition**, integrating public health, environmental protection, and social equity into Thailand's sustainable rural development agenda.

This framework is primarily applicable to rural communities undergoing agricultural transition from traditional cash crops to alternative livelihoods. While derived from tobacco farming communities in Mae Lao District, the framework may be transferable to similar contexts in Thailand or other developing regions with comparable socio-economic and policy conditions.

Conclusion

This research aimed to develop community-based alternatives for tobacco farmers in Dongmada and Pah-kor-dum sub-districts, Mae Lao District, Chiang Rai Province, through participatory processes that integrate justice, development, and sustainability perspectives. The findings highlight that sustainable agricultural reform requires not only economic measures but also legal and social restructuring through the *Decriminalization Concept*, empowering farmers to shift toward lawful, health-oriented, and environmentally responsible livelihoods aligned with Thailand's rural justice and development policies.

If these policy recommendations are implemented by government agencies in collaboration with local communities and private sector partners, they could strengthen Thailand's grassroots economy over the next 5–10 years. Diversified agriculture and value-added local enterprises may increase farmers' income stability, create rural employment, reduce dependence on tobacco markets, and promote sustainable and inclusive rural development.

Suggestion

From the results of the research, the researchers has the suggestions as follows:

1. Suggestions from the Research

1.1 State agencies should support carrying on occupation in the form of grouping as community enterprise in processing and sale of various products derived from activities e.g., apiculture, coffee plantation, plantation of pesticide-free vegetables, plantation of hemp and cannabis and cooking food by granting privileges to the farmers in various facets.

1.2 State agencies should seek for external private entrepreneur engaging in operation of factory or other optional economic-value plantation e.g., hemp and cannabis, organic farming and integrated agriculture to address the farmers for

employment in the area or support various means for more occupational options to the farmers.

1.3 State agencies should access to study, research and counsel to the farmers in relation to the area context, what area is suitable place for which plantation having economic value substituting for the tobacco plantation.

2. The suggestions for future research

This research generated new interdisciplinary knowledge linking *community participation*, *justice-based development*, and *sustainable agricultural transformation*. The key finding is that the transition from tobacco farming to alternative livelihoods can succeed through participatory and restorative justice processes supported by legal reform under the *Decriminalization Concept*. This approach reframes decriminalization as a developmental mechanism that legitimizes new economic activities—such as hemp and cannabis cultivation—while enhancing community empowerment and public health. The results can inform national and local policies promoting fair, sustainable, and lawful agricultural transitions. Future research should assess long-term economic, social, and environmental impacts of decriminalization and justice-oriented agricultural policies to strengthen Thailand's framework for equitable and sustainable rural development.

References

Benzaghta, M., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55-73. https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148.

Fongtanakit, K. (2022). Rational Choice Theory and Its Challenges. *Journal of Public Administration*, 20(2), 85–87. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pajournal/article/download/257479/177022. (in Thai)

Goodman, M., Theron, L., Seidel, S., Elliott, A., Raimer-Goodman, L., Keiser, P., Gitari, S., & Gatwiri, C. (2022). Flourishing Communities: A new model to promote sustainable community leadership and transformation in semi-rural Kenya. *Journal of community & applied social psychology*, 33(3), 756-772. https://doi.org/10.1002/casp.2665.

Mettathamrong, J., Upping, P., & Deeudom, S. (2023). Approach to Applying Sufficiency Economy Philosophy in Community Enterprise Management towards Sustainability. *Sustainability*, 15(5338), 1-14. https://doi.org/10.3390/su15065338.

Nakamatte, I., Ilukor, J., & Bonabana, J. (2025). Economic feasibility and impacts of replacing tobacco with alternative crops in smallholder cropping systems: evidence from Uganda. *Agrekon*, 64(1), 50 - 71. https://doi.org/10.1080/03031853.2024.2441129.

Office of the Permanent Secretary for Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2016, June 30). *Operational Manual for the "New Theory Agriculture Promotion Activity"*. Bangkok: Ministry of Agriculture and Cooperatives. https://www.opsmoac.go.th/strategic-preview-401391791814 (in Thai)

Petchphoom, J., Noosorn, N., & Thawatchaijareonying, K. (2022). *The demand for cancellation of tobacco plantation and ways of promoting plantation and optional occupation substituting the farmers' tobacco plantation of Virginia strain and Burley strain in the North of Thailand*. Bangkok: Tobacco Control Research and Knowledge Management Center. https://dol.thaihealth.or.th/File/media/bd5c3b05-e0c1-4808-826c-d65abced97ce.pdf. (in Thai)

Singh, J., Singh, B., Singh, A., & Rani, P. (2024). Integrated Farming System: A Sustainable Approach towards Modern Agriculture. *International Journal of Plant & Soil Science*, 36(9), 641-649. https://doi.org/10.9734/ijpss/2024/v36i95012.

Siripatthanakosol, K., & Rattanarat, N. (2021). *Developing economic strategy for boosting the tobacco farmers' earnings in preparation for people's decline of tobacco consumption*. Bangkok: Tobacco Control Research and Knowledge Management Center. https://www.trc.or.th/th/ข่าวสาร/กิจกรรม-ศจย/565-โครงการวิจัย-การพัฒนายุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ชาวไร่ยาสูบ.html. (in Thai)

Sirirawong, A. (2021, February 6). *Research's latest result disclosing cigarette causing death of around 8 million people in 2019, 90% being new smokers since their age below 25*. https://dol.thaihealth.or.th/Media/Pdfview/b3f3d21c-33c3-eb11-80ed-00155d09b41f. (in Thai)

Taidong Municipal District. (2021, June 15). *Sufficiency economy philosophy*. https://tdm.go.th/index.php/2021-06-15-02-47-28/2-uncategorised/1537-2021-10-26-07-14-45. (in Thai)

United Nations Development Programme. (2018, May 30). *Policy brief: Tobacco control as an accelerator for the Sustainable Development Goals in Thailand*. https://www.undp.org/asia-pacific/publications/policy-brief-tobacco-control-accelerator-sustainable-development-goals-thailand.

UNODC. (2007). *Handbook of basic principles and promising practices on alternatives to imprisonment*. New York: United Nations. https://digitallibrary.un.org/record/641248?v=pdf.

World Health Organization (WHO). (2023). https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/tobacco

แหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย

SOUND SOURCES AND TONAL PHONETIC FEATURES OF ONOMATOPOEIA IN BASIC THAI LANGUAGE TEXTBOOKS

จอมขวัญ สุทธินนท์*
Jomkwan Sudhonont
จอมใจ สุทธินนท์
Jomjai Sudhinont
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University
Corresponding Author E-mail: jomkwan.sud@psu.ac.th
Received January 27, 2026; **Revised** April 1, 2026; **Accepted** April 1, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย ชุดภาษาเพื่อชีวิต ภาษาพาที ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา การรวบรวมกลุ่มตัวอย่างคำเลียนเสียงธรรมชาติกระทำโดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือตารางบันทึกการสังเกตการณ์ทางอ้อมแบบมีโครงสร้าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือร้อยละ

ผลการวิจัยพบแหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติ 2 แหล่ง ได้แก่ 1) พฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตซึ่งมีความถี่ในการปรากฏมากที่สุด และ 2) สภาพของวัตถุซึ่งมีความถี่ในการปรากฏน้อยที่สุด แหล่งกำเนิดเสียงทั้งคู่จัดเป็นคำเลียนเสียงธรรมชาติแบบตรงและเป็นแหล่งกำเนิดเสียงทางชีวภาพเท่านั้น กล่าวคือ เป็นคำเลียนเสียงธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งที่สืบเนื่องมาจากสิ่งมีชีวิต

สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติมี 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับซึ่งมีความถี่ในการปรากฏมากที่สุด และ 2) หน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนระดับซึ่งมีความถี่ในการปรากฏน้อยที่สุด การที่ไม่พบสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับกลางหรือวรรณยุกต์สามัญในคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีพยางค์เดียวและไม่พบการปะปนระหว่างสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับกับหน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนระดับในคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีมากกว่า 1 พยางค์ เนื่องมาจากเหตุผลทางสัทศาสตร์ที่ว่าการคงรูปแบบวรรณยุกต์อย่างสม่ำเสมอเป็นการสื่อว่าเป็นสิ่งเดียวที่เกิดขึ้นซ้ำ

คำสำคัญ: แหล่งกำเนิดเสียง, สัทลักษณ์, หน่วยเสียงวรรณยุกต์, คำเลียนเสียงธรรมชาติ, หนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย

Abstract

This article aimed to study the sound sources and the phonetic features of tones in onomatopoeic words in reading the passages in the basic Thai Language textbook series, Phasa Phuea Chiwit: Phasa Pha Thi, for Grades 1–3. This study employed a descriptive research design. The sample of onomatopoeic words was selected through purposive sampling. The instrument used for data collection was a structured indirect observation form. The data were analyzed using descriptive statistics, specifically percentages.

The results showed that two sound sources of onomatopoeic words were identified: 1) the behavior of living things, which had the highest frequency of occurrence, and 2) the condition of objects, which had the lowest frequency of occurrence. Both sound sources were classified as direct onomatopoeia and as biological sound sources. They were onomatopoeic words related to living things or derived from living things.

The tonal features of onomatopoeic words had two characteristics: 1) level tonal phonemes, which had the highest frequency of occurrence and 2) contour tonal phonemes, which had the lowest frequency of occurrence. The absence of mid-level tonal phonemes, or the mid tone, in monosyllabic onomatopoeic words and the absence of a mixture of level tonal phonemes and contour tonal phonemes in onomatopoeic words with more than one syllable were due to phonetic reasons. That is, the consistent maintenance of tonal patterns conveys that the same thing occurs repeatedly.

Keywords: sound sources, phonetic features, tonal phonemes, onomatopoeia, Basic Thai language textbooks

บทนำ

คำเลียนเสียงธรรมชาติ (Onomatopoeia) เป็นภาพพจน์ประเภทหนึ่ง (figures of speech) ที่มีบทบาทในการสร้างสีสันแก่งานเขียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งงานเขียนประเภทบันเทิงคดีซึ่งมีหน้าที่สำคัญคือทำให้ผู้อ่านเกิดจินตภาพและจินตนาการตามผู้เขียน (สุพาณี วรรณาการ, 2551) เนื่องจากรูปเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติเลียนเสียงจริง (Rungrojsuwan, 2009) สัมพันธ์โดยตรงกับหน่วยเสียงวรรณยุกต์ซึ่งมีแนวโน้มสอดคล้องระหว่างหน่วยเสียงพยัญชนะกับความหมายของเสียง อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่เกี่ยวกับคำเลียนเสียงธรรมชาติโดยตรงมักปรากฏในประเด็นการแปลคำเลียนเสียงธรรมชาติหรือคำเลียนเสียงธรรมชาติมักเป็นเกณฑ์หนึ่งในการวิจัยมากกว่าการศึกษาคำเลียนเสียงธรรมชาติโดยตรง

คำเลียนเสียงธรรมชาติปรากฏในบทบรรยายและบทสนทนาในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยซึ่งช่วยส่งเสริมทักษะการอ่านแก่ผู้เรียนได้ทางหนึ่ง กล่าวคือ คำเลียนเสียงธรรมชาติถูกเชื่อมโยงกับการเคลื่อนไหว ท่าทาง หรือเสียงของตัวละครและสิ่งแวดล้อมในบทอ่าน จึงลดความกังวลและเพิ่มความเชื่อของผู้เรียนว่าตนสามารถทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จได้ สอดคล้องกับแนวปฏิบัติตามหลักฐานทางวิชาการที่ว่าการอ่านออกเสียงซ้ำ ๆ หรือการอ่านออกเสียงพร้อมกันเป็นกลุ่มมีส่วนส่งเสริม

ผลการอ่านโดยรวม (Rasinski, 2014) ทั้งนี้ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลาง พ.ศ. 2551 กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ระบุคุณภาพผู้เรียนเมื่อจบการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ส่วนหนึ่งว่า “อ่านออกเสียงคำ ... ได้ถูกต้อง คล่องแคล่ว เข้าใจความหมายของคำและข้อความที่อ่าน ...”

ผู้วิจัยสำรวจพบว่ายังไม่มีการศึกษาแหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยและเห็นความสำคัญของคำเลียนเสียงธรรมชาติซึ่งมีส่วนส่งเสริมทักษะการอ่านแก่ผู้เรียนระดับประถมศึกษาตอนต้น จึงศึกษาข้อมูลคำเลียนเสียงธรรมชาติจากบทบรรยายและบทสนทนาในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย อันแสดงให้เห็นสภาพของการใช้คำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย และมีส่วนเติมเต็มช่องว่างความรู้ประเด็นแหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยได้ทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย

การทบทวนวรรณกรรม

1. แหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติ

คำเลียนเสียงธรรมชาติ (Onomatopoeia) เป็นคำที่มีเสียงอ่านเลียนแบบเสียงธรรมชาติ จึงเป็นตัวแทนเสียงที่มาจากการได้ยินที่มีโครงสร้างการออกเสียง (phonetic structure) ประกอบด้วยหน่วยเสียงพยัญชนะและหน่วยเสียงสระที่แตกต่างกันในแต่ละภาษา (Assaneo, & Nichols, 2011) ทั้งนี้ ขึ้นกับข้อจำกัดของระบบเสียงในแต่ละภาษาด้วย

แหล่งกำเนิดเสียงจำแนกได้หลากหลายมุมมอง ได้แก่ เสียงร้องของสัตว์ เช่น เสียงอีการ้อง กา ๆ [kaa.kaa] และลักษณะของเสียงที่เกิดขึ้นจากปรากฏการณ์ธรรมชาติที่มีศัพท์บัญญัติไว้ เช่น เสียงฝนตกดัง ซู่ [sûu] หรือคำเลียนเสียงธรรมชาติพฤติกรรมมนุษย์ เช่น คำใช้แทนเสียงคำว่า ชู่ [chûu] หรือ จุ๊ ๆ [cú.cú] เพื่อบอกให้เงียบ และคำเลียนเสียงสิ่งไม่มีชีวิตตามกลวิธีทางเสียง เช่น เสียงแก้วหรือโลหะกระทบดัง กริ๊ก [krík] (ปภาดา แก้วก่อง และคณะ, 2566)

การสืบค้นเอกสาร บทความ การวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคำเลียนเสียงธรรมชาติดังกล่าวไม่ปรากฏการศึกษาแหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย ดังนั้น การศึกษาคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยครั้งนี้จึงสามารถเติมเต็มช่องว่างความรู้ประเด็นแหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยได้ทางหนึ่ง

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมประเด็นแหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติแล้วจึงปรับใช้ความหมายของคำว่า “คำเลียนเสียงธรรมชาติ” ตามขอบเขตการวิจัยเป็นนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการในครั้งนี้ ดังนั้น “คำเลียนเสียงธรรมชาติ” ในการศึกษาแหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยครั้งนี้ จึงหมายถึง

“คำเลียนเสียงพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิต ได้แก่ สัตว์และมนุษย์ และคำที่เลียนเสียงสภาพของวัตถุ ได้แก่ วัตถุกระทบจากการถูกกระทำของสัตว์ วัตถุกระทบจากการถูกกระทำของมนุษย์ และวัตถุที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยมนุษย์”

2. สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติ

เนื่องจากหน่วยเสียงวรรณยุกต์เป็นหน่วยเสียงซ้อนเพราะไม่เกิดตามลำพังแต่เกิดพร้อมกับหน่วยเสียงพยัญชนะและหน่วยเสียงสระเสมอ ข้อสังเกตของสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์จึงอธิบายได้ตามหน้าที่ของหน่วยเสียงพยัญชนะโดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายดังเช่นตัวอย่างคำที่ปรากฏในบทความวิจัยเรื่องระบบเสียงและโครงสร้างพยางค์ในภาษาถิ่นสุโขทัย (วัฒนชัย หมั่นยิ่ง, 2565) ดังนี้

สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับต่ำหรือวรรณยุกต์เอกปรากฏร่วมกับทั้งหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายพยางค์เป็น เช่น คำว่า จ่อม [cɔ̀ɔm] และคำว่า ด่อน [dɔ̀ɔn] และหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายพยางค์ตาย เช่น คำว่า แถก [thὲɛk]

สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับสูงหรือวรรณยุกต์ตรีปรากฏร่วมกับทั้งหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายพยางค์เป็น เช่น คำว่า เท้า [tháaw] และหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายพยางค์ตาย เช่น คำว่า ด๊อก [dɔ́ɔk] และคำว่า บ๊อก [bɔ́ɔk]

สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนตกหรือวรรณยุกต์โทมักปรากฏร่วมกับหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายพยางค์เป็น เช่น คำว่า แง่น [ŋêɛn] คำว่า จ้อย [cɔ̂ɔj] และคำว่า เซื่อง [sɯ̂aŋ]

สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนขึ้นหรือวรรณยุกต์จัตวาปรากฏร่วมกับทั้งหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายพยางค์เป็น เช่น คำว่า เต๋า [tăw] และคำว่า เถือ [thɯ̌a] และหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายพยางค์ตาย เช่น คำว่า เป๊ด [pĕet]

คำเลียนเสียงการแสดงอารมณ์และความรู้สึกของมนุษย์จัดอยู่ในประเภทคำอุทานไม่เป็นไปตามขอบเขตการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงพิจารณาศึกษาสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยตามแนวคิดระบบเสียงภาษาไทยแทนการศึกษาตามแนวคิดเรื่องระบบเสียงที่สัมพันธ์กับความหมาย เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เจาะจงระบบเสียงภาษาไทย ซึ่งมีข้อจำกัดทางระบบเสียงบางประการตามตามลักษณะของภาษาคำโดดที่มีระบบเสียงสูงต่ำ อีกทั้งแตกต่างจากมุมมองของนักวิชาการสัทศาสตร์สากลที่ไม่ได้อธิบายระบบเสียงภาษาไทยอย่างเฉพาะเจาะจง

3. หนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย

หนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยเป็นสื่อการเรียนรู้ที่จัดทำภายใต้กรอบหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 โดยมีสถานะเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาทักษะภาษาและสมรรถนะของผู้เรียน ทั้งยังต้องผ่านกระบวนการรับรองและประกันคุณภาพจากหน่วยงานรัฐเพื่อให้เกิดความสอดคล้องทางวิชาการและมาตรฐานการศึกษาแห่งชาติ

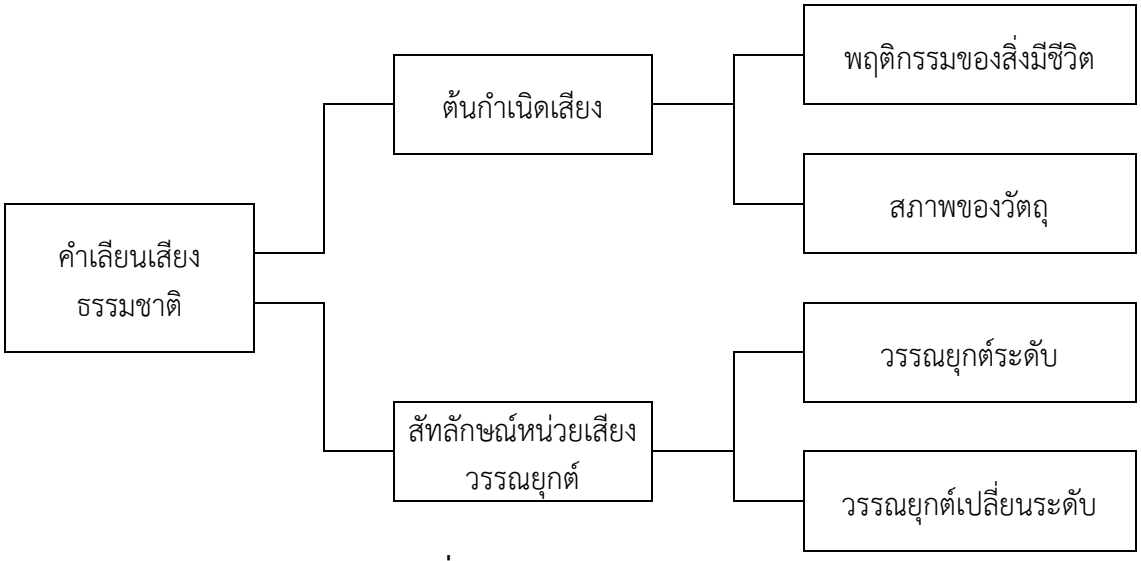
ภาษาพาทีเป็นหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ชุดภาษาเพื่อชีวิต ระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6 ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กระทรวงศึกษาธิการ

หนังสือชุดนี้ใช้เป็นสื่อหลักในการจัดการเรียนการสอนภาษาไทยในโรงเรียนสังกัด สพฐ. ทั่วประเทศและอยู่ในบัญชีหนังสือเรียนที่กระทรวงศึกษาธิการรับรอง

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) กระทรวงศึกษาธิการ ระบุวัตถุประสงค์ของหนังสือภาษาพาทีว่า มุ่งเน้นให้ผู้เรียนอ่านออก อ่านคล่อง และรักการอ่าน พัฒนาทักษะ การฟัง พูด อ่าน เขียน อย่างบูรณาการ จึงสอดคล้องกับความสำคัญของคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีส่วนส่งเสริมทักษะการอ่านแก่ผู้เรียนระดับประถมศึกษาตอนต้น ผู้วิจัยจึงพิจารณากำหนดแหล่งข้อมูลการศึกษาแหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติครั้งนี้เป็นบทบรรยายและบทสนทนาในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย ชุดภาษาเพื่อชีวิต ภาษาพาที ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดเรื่องแหล่งกำเนิดเสียงโดยจำแนกเป็น 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งกำเนิดเสียงที่สืบเนื่องจากพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตกับแหล่งกำเนิดเสียงที่สืบเนื่องจากสภาพของวัตถุ และกำหนดกรอบแนวคิดเรื่องสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์โดยจำแนกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับกับสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนระดับ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา มีระเบียบวิธีวิจัย 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาประเด็นการศึกษาเรื่องแหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์คำเลียนเสียงธรรมชาติ ซึ่งกำหนดแหล่งข้อมูลซึ่งก็คือบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย ชุดภาษาเพื่อชีวิต ภาษาพาที ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ คำเลียนเสียงธรรมชาติจากบทบรรยายและบทสนทนาในบทอ่านจำนวน

ทั้งสิ้น 18 คำ ความถี่ในการปรากฏ 45 ครั้ง พร้อมออกแบบเครื่องมือการวิจัยซึ่งก็คือตารางบันทึกกลุ่มตัวอย่างและตารางนำเสนอผลการศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 การเสนอโครงการวิจัยเพื่อรับการพิจารณาอนุมัติทุนจากกองทุนวิจัยคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ขั้นตอนที่ 3 การเสนอโครงการวิจัยเพื่อการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สาขาสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างคำเลียนเสียงธรรมชาติซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย 2 ประการ ได้แก่ แหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดสถิติประเภทร้อยละสำหรับใช้นำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณเพื่ออธิบายคุณลักษณะหรือรายละเอียดของแหล่งกำเนิดเสียงคำเลียนเสียงธรรมชาติและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย อันแสดงให้เห็นแนวโน้มของข้อมูลตามสภาพจริง

ขั้นตอนที่ 6 การนำเสนอผลการวิจัยกระทำในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ประกอบตารางนำเสนอผลการศึกษา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติ 18 คำ มีความถี่ในการปรากฏ 45 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้วิจัยพบว่าคำเลียนเสียงพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตปรากฏความถี่มากที่สุด คือ มีจำนวน 12 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 27 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.98 และคำเลียนเสียงสภาพของวัตถุปรากฏความถี่น้อยที่สุด คือ มีจำนวน 6 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 18 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.02 ดังรายละเอียดในตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความถี่ในการปรากฏคำเลียนเสียงธรรมชาติที่สัมพันธ์กับแหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย

แหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติ			
แหล่งกำเนิดเสียง	**เสียงคำเลียนเสียงธรรมชาติ**	**ความถี่**	**ร้อยละ**
1. พฤติกรรมของสิ่งมีชีวิต			
พฤติกรรมของสัตว์			
1.1 การใช้ปีก			
1) นกเงือก	พึ่บพั่บ	1	2.22
2) ผึ้ง	หึ่ง หึ่ง หึ่ง	2	4.44
1.2 การใช้เสียง			
1) ลูกช้างตัวเมีย	แอ๊ก แอ๊ก	7	15.57
2) ลูกช้างตัวผู้	เอ๊ก เอ๊ก	5	11.11
3) นกขุนทอง	วู้	1	2.22
4) นก	จุ๊กกรู จุ๊กกรู	2	4.44
5) กบ	อบ อ๊บ อบ	2	4.44

แหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติ				
	แหล่งกำเนิดเสียง	**เสียงคำเลียนเสียงธรรมชาติ**	**ความถี่**	**ร้อยละ**
	6) มด	จิ๊ด จิ๊ด จิ๊ด	2	4.44
	7) หิ่งห้อย	ว้อย ว้อย ว้อย	2	4.44
	8) นกเงือก	เอิก ... เอิ๊ก เอิก ... เอิ๊ก	1	2.22
	พฤติกรรมของมนุษย์			
	การตีขา	เผียะ	1	2.22
	การเรอ	เ-อิ้-ก	1	2.22
2.	**สภาพของวัตถุ**			
	วัตถุกระทบจากการถูกกระทำของสัตว์			
	2.1 กระดึง	โป๊ก เป๊ก	7	15.5
	2.2 กระพรวน	กรุ๋ง กริ๋ง	7	15.57
	วัตถุกระทบจากการถูกกระทำของมนุษย์			
	2.3 ฆ้อง	โหม่ง ๆ	1	2.22
	2.4 ถัง	โป๊ง เป๊ง โป๊ง เป๊ง โป๊ง เป๊ง	1	2.22
	2.5 กระสุนดินกับหนังสติ๊ก	เพียะ ... เพียะ	1	2.22
	วัตถุที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยมนุษย์			
	2.6 นาฬิกานก	กรุ๊กกรู กรุ๊กกรู กรุ๊กกรู	1	2.22
	ความถี่ในการปรากฏคำเลียนเสียงธรรมชาติ		**45**	**100**

การศึกษาแหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติดังรายละเอียดในตารางที่ 1 ปรากฏว่าคำเลียนเสียงธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับแหล่งกำเนิดเสียง 2 แหล่ง ได้แก่ พฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตและสภาพของวัตถุ มีรายละเอียดดังนี้

คำเลียนเสียงธรรมชาติส่วนใหญ่มีแหล่งกำเนิดเสียงจากพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีแหล่งกำเนิดเสียงจากพฤติกรรมของสัตว์มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 10 ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 25 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.54 ขณะที่คำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีแหล่งกำเนิดเสียงจากพฤติกรรมของมนุษย์ปรากฏในสัดส่วนที่น้อยกว่า คือ จำนวน 2 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.44

นอกจากนี้ คำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีแหล่งกำเนิดเสียงจากสถาพของวัตถุส่วนใหญ่เกิดจากวัตถุกระทบจากการถูกกระทำของสัตว์ คือ จำนวน 2 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.07 รองลงมาคือคำเลียนเสียงสภาพของวัตถุที่กระทบจากการถูกกระทำของมนุษย์ คือ จำนวน 2 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.66 ขณะที่คำเลียนเสียงสภาพของวัตถุที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยมนุษย์ปรากฏในสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ จำนวน 1 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.22

ข้อมูลแหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติข้างต้นสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างภาษาเสียง และประสบการณ์ของมนุษย์ที่รับรู้จากสิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อมรอบตัวอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ แหล่งกำเนิดเสียงคำเลียนเสียงธรรมชาติจากพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตประเภทสัตว์แสดงลักษณะการเคลื่อนไหวและการสื่อสารของสิ่งมีชีวิตผ่านคำเลียนเสียงอย่างชัดเจน ขณะที่แหล่งกำเนิดเสียงคำ

เลียนเสียงธรรมชาติจากพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตประเภทมนุษย์มีลักษณะเฉพาะ ส่วนแหล่งกำเนิดเสียงคำเลียนเสียงธรรมชาติจากสภาพของวัตถุแสดงให้เห็นว่าคำเลียนเสียงธรรมชาติสามารถถ่ายทอดลักษณะเสียงจากสิ่งไม่มีชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัยสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติ 18 คำ มีความถี่ในการปรากฏ 45 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้วิจัยพบว่าคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีหน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับปรากฏมากที่สุด คือ มีจำนวน 15 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 36 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 79.99 และคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีหน่วยเสียงเปลี่ยนระดับปรากฏน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 3 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.01 มีรายละเอียดดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ความถี่ในการปรากฏคำเลียนเสียงธรรมชาติที่สัมพันธ์กับสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย

สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติ				
คำเลียนเสียงธรรมชาติ		**สัทอักษรแทนเสียง**	**ความถี่**	**ร้อยละ**
1. หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับ				
1.1 หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของทุกพยางค์มีลักษณะเดียวกัน				
1.1.1 ระดับต่ำ				
1)	เผียะ	[phìa]	1	2.22
2)	โหม่ง ๆ	[mòoŋ.mòoŋ]	1	2.22
3)	หึ่ง หึ่ง หึ่ง	[hɯ̀ŋ.hɯ̀ŋ.hɯ̀ŋ]	2	4.44
1.1.2 ระดับสูง				
4)	โป๊ก เป๊ก	[póok.péek]	7	15.57
5)	โป๊ง เป๊ง โป๊ง เป๊ง โป๊ง เป๊ง	[póoŋ.péeŋ] [póoŋ.péeŋ]	1	2.22
6)	แอ๊ก แอ๊ก	[ʔéɛk.ʔéɛk]	7	15.57
7)	เอ๊ก เอ๊ก	[ʔɤ́k.ʔɤ́k]	5	11.11
8)	เพียะ ... เพียะ	[phía.phía]	1	2.22
9)	วู้	[wúu]	1	2.22
10)	จิ๊ด จิ๊ด จิ๊ด	[cít.cít.cít]	2	4.44
11)	ว้อย ว้อย ว้อย	[wɔ́j.wɔ́j.wɔ́j]	2	4.44
1.2 หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของแต่ละพยางค์มีลักษณะต่างกัน				
1.2.1 ระดับสูง + ระดับกลาง				
12)	จุ๊กกรู จุ๊กกรู	[cúk.kruu] [cúk.kruu]	2	4.44
13)	กรุ๊กกรู กรุ๊กกรู กรุ๊กกรู	[krúk.kruu] [krúk.kruu] [krúk.kruu]	1	2.22
1.2.2 ระดับต่ำ + ระดับสูง				
14)	อบ อ๊บ อบ	[ʔòp.ʔóp.ʔòp]	2	4.44
15)	เอก ... เอ๊ก เอก ... เอ๊ก	[ʔɤ̀k.ʔɤ́k] [ʔɤ̀k.ʔɤ́k]	1	2.22
2. หน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนระดับ				
2.1 เปลี่ยนตก				
16)	เ-อี้-ก	[ʔɤ̂k]	1	2.22

สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติ				
	คำเลียนเสียงธรรมชาติ	สัทอักษรแทนเสียง	ความถี่	ร้อยละ
	17) พึ่บพั่บ	[phûp.phâp]	1	2.22
2.2 เปลี่ยนขึ้น				
	18) กรุ๋ง กริ๋ง	[krŭŋ.krĭŋ]	7	15.57
	ความถี่ในการปรากฏคำเลียนเสียงธรรมชาติ		**45**	**100**

การวิเคราะห์สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติที่ปรากฏในตารางที่ 2 จำแนกสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับและหน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนระดับ รายละเอียดดังนี้

คำเลียนเสียงธรรมชาติส่วนใหญ่เป็นแบบที่ทุกพยางค์มีหน่วยเสียงวรรณยุกต์ลักษณะเดียวกัน คือ จำนวน 11 คำ คิดเป็นร้อยละ 66.67 โดยเฉพาะหน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับสูงซึ่งมีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 8 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 26 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 57.79 รองลงมาคือหน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับต่ำ คือ จำนวน 3 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.88

ขณะที่คำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีหน่วยเสียงวรรณยุกต์ของแต่ละพยางค์แตกต่างกันพบในสัดส่วนน้อยกว่า คือ จำนวน 4 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.32 โดยเป็นคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีพยางค์ที่หนึ่งเป็นสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับสูงกับพยางค์ที่สองเป็นสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับกลาง จำนวน 2 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.66 และเป็นคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีพยางค์ที่หนึ่งเป็นสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับต่ำกับพยางค์ที่สองเป็นสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับสูง จำนวน 2 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.66

คำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนระดับปรากฏความถี่ของหน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนขึ้น จำนวน 1 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.57 ซึ่งเป็นความถี่ที่สูงกว่าการปรากฏคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนตก คือ จำนวน 2 คำ ซึ่งมีความถี่ในการปรากฏ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.44

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าคำเลียนเสียงธรรมชาติในภาษาไทยมีแนวโน้มใช้สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับ โดยเฉพาะวรรณยุกต์ระดับสูง เพื่อถ่ายทอดลักษณะเสียงและจังหวะของธรรมชาติได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

ผลการศึกษาแหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย จำแนกได้ 2 แหล่งกำเนิดเสียง ได้แก่ คำเลียนเสียงพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตและคำเลียนเสียงสภาพของวัตถุ ซึ่งจัดเป็นคำเลียนเสียงธรรมชาติแบบตรง (direct onomatopoeia)

บทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยปรากฏคำเลียนเสียงพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตในความถี่มากที่สุด ได้แก่ 1) พฤติกรรมการใช้ปีกและการใช้เสียงของสัตว์ และ 2) พฤติกรรมของมนุษย์ ได้แก่ กริยาที่มนุษย์กระทำด้านร่างกายโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับการยกตัวอย่างขอบเขตคำเลียนเสียงธรรมชาติของ ชฎาภรณ์ แจ่มแจ้ง (2563) ความว่า “การเลียนเสียงธรรมชาติคือการใช้คำที่เลียนเสียง

ธรรมชาติ เช่นเสียงร้องของสัตว์หรือเลียนเสียงกิริยาอาการต่าง ๆ ของคน” ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเลียนเสียงพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตทำได้ใกล้เคียงกับความจริง

ส่วนคำเลียนเสียงสภาพของวัตถุปรากฏความถี่น้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเสียงที่ดังมาจากสภาพของวัตถุซึ่งเป็นสิ่งไม่มีชีวิตเลียนแบบได้ยาก ผู้ใช้ภาษาต้องใช้ความพยายามเลียนเสียงมากกว่าการเลียนเสียงสิ่งมีชีวิต (Assaneo & Nichols, 2011)

ข้อสังเกตจากการศึกษาประเด็นแหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย คือ ไม่ปรากฏคำเลียนเสียงธรรมชาติทางกายภาพ (Physical Nature) และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นเองตามระบบนิเวศและกฎฟิสิกส์ ทั้งนี้อาจเนื่องมากจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติไม่ได้เกิดจากการกระทำของมนุษย์โดยตรง ขณะที่สัตว์กับมนุษย์เป็นธรรมชาติทางชีวภาพ กล่าวคือ เกี่ยวข้องกับสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งที่สืบเนื่องมาจากสิ่งมีชีวิต (ชัยธัช จันทร์สมุด, 2555) ซึ่งใกล้ชิดกับเด็กมากกว่า

ผลการศึกษาสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยจำแนกได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ คำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับและคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนระดับ ซึ่งจัดเป็นลักษณะเหนือหน่วยเสียงหรือหน่วยเสียงซ้อนที่ประกอบอยู่ในพยางค์ต้องเปล่งเสียงในขณะเดียวกับที่เปล่งเสียงพยัญชนะและสระ

เสียงสูงต่ำของวรรณยุกต์นี้สัมพันธ์กับความถี่เสียง (fundamental frequency: F0) เชิงชีวภาพกับการรับรู้ขนาด ความหนัก และพลัง กล่าวคือ เสียงต่ำ มักสื่อความหมายว่าวัตถุนั้นใหญ่ หนัก แข็งแรง หรือมีพลัง ขณะที่เสียงสูงมักสื่อความหมายว่าวัตถุนั้นเล็ก เบา เปราะ หรือไม่คุกคาม (Hinton, et al., 1994) ซึ่งในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยปรากฏคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับมากที่สุด ทั้งหน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับต่ำหรือวรรณยุกต์เอก ได้แก่ คำว่า เผียะ [phìa] ซึ่งเป็นเสียงตีขาอันเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ คำว่า โหม่ง ๆ [mòoŋ.mòoŋ] ซึ่งเป็นเสียงสภาพของวัตถุประเภทฆ้องอันสืบเนื่องจากพฤติกรรมการเอาไม้ตีลูกฆ้อง และคำว่า หึ่ง หึ่ง หึ่ง [hùŋ.hùŋ.hùŋ] ซึ่งเป็นเสียงเสียดสีระหว่างปีกของผึ้งเมื่อขยับอย่างต่อเนื่อง และโดยเฉพาะสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับสูงหรือวรรณยุกต์ตรี เช่น คำว่า โป๊กเป๊ก [póok.péek] ซึ่งเป็นเสียงสภาพของวัตถุประเภทกระดึงถูกกระทบจากการขยับตัวของช้าง คำว่า โป๊ง เป๊ง โป๊ง เป๊ง [póoŋ.péeŋ] [póoŋ.péeŋ] ซึ่งเป็นเสียงสภาพของวัตถุประเภทหม้อถูกกระทบจากพฤติกรรมการใช้ไม้ตีของมนุษย์ และคำว่า แอ๊ก แอ๊ก [ʔέɛk.ʔέɛk] ซึ่งเป็นเสียงร้องของช้างตัวเมีย ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ในภาษาถิ่นสุโขทัยที่สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับสูงหรือวรรณยุกต์ตรีปรากฏร่วมกับทั้งหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายพยางค์เป็นและหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายพยางค์ตาย (วัฒนชัย หมั่นยิ่ง, 2565)

ส่วนคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนระดับปรากฏความถี่น้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีหน่วยเสียงวรรณยุกต์เปลี่ยนระดับแบบเปลี่ยนตกหรือวรรณยุกต์โทมักเป็นคำเลียนเสียงธรรมชาติทางกายภาพ (Physical Nature) และสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่ปรากฏในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย และแม้จะใช้ไม้จัตวากำกับพยัญชนะต้นที่เป็นอักษรกลางในพยางค์ตายได้ แต่เนื่องจากไม่มีเสียงนั้นใช้ในภาษา สอดคล้องตามแนวคิดสัทลักษณ์

เชิงสัญลักษณ์ (sound symbolism) ที่อธิบายว่าคำที่สื่อความหมายเฉพาะทางกายภาพหรือประสบการณ์เฉพาะมักมีการใช้งานจำกัด (Nuckolls, 1999)

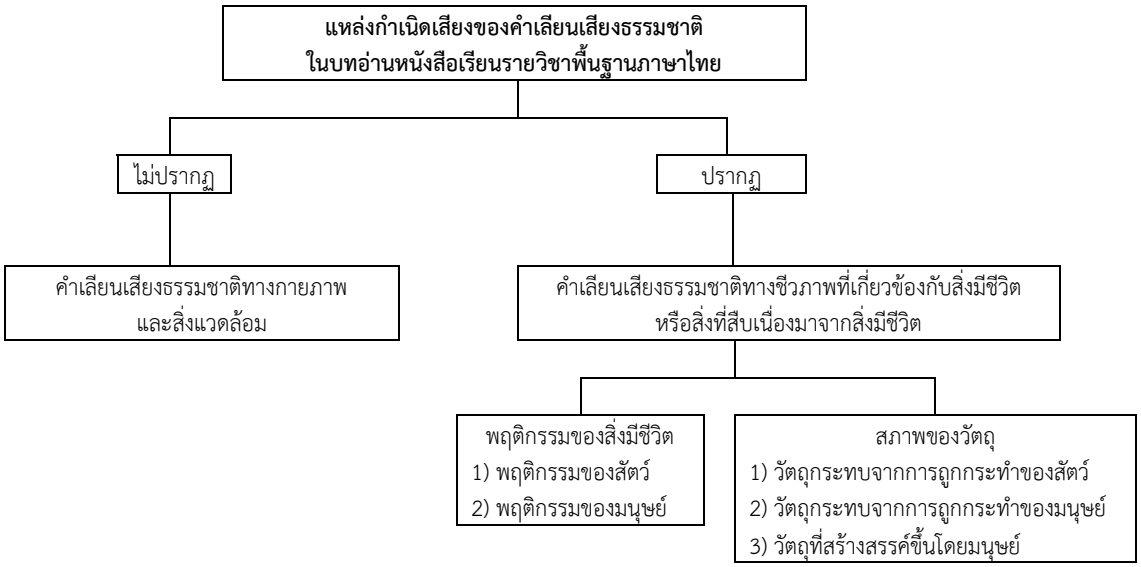
ส่วนการไม่ปรากฏสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติที่เป็นวรรณยุกต์ระดับร่วมกับวรรณยุกต์เปลี่ยนระดับในคำเลียนเสียงธรรมชาติที่ทุกพยางค์มีลักษณะต่างกันเนื่องจากพยางค์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติมีการคงรูปแบบวรรณยุกต์อย่างสม่ำเสมอเป็นการสื่อว่าเป็นสิ่งเดียวที่เกิดขึ้นซ้ำ ทั้งเป็นข้อจำกัดเชิงจังหวะ-สัทวิทยาของวรรณยุกต์ไทยที่เลี่ยงความชันของระดับเสียงที่ไม่สมดุลในหน่วยจังหวะเดียว (Rungrojsuwan, 2007; Rungrojsuwan, 2009)

การศึกษาแหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย ชุด ภาษาเพื่อชีวิต ภาษาพาที ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 ผู้วิจัยพบว่าคำเลียนเสียงธรรมชาติที่ปรากฏในบทอ่านมีแหล่งกำเนิดเสียงหลากหลาย คือ ทั้งจากพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตและสภาพของวัตถุ และมีโครงสร้างทางเสียงและวรรณยุกต์ที่ชัดเจนอย่างเป็นระบบซึ่งเอื้อต่อการรับรู้เสียง (sound awareness) และการเชื่อมโยงระหว่างเสียงกับความหมายนับเป็นปัจจัยทางภาษาและการออกแบบเนื้อหาที่มีแนวโน้มส่งผลเชิงบวกต่อทักษะการอ่านของผู้เรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าคำเลียนเสียงธรรมชาติซึ่งเป็นคำเชิงเสียงส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้นอย่างมีนัยสำคัญ (Laing, 2019; Motamedi, et al., 2020)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การศึกษาแหล่งกำเนิดเสียงและสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยปรากฏเป็นองค์ความรู้จำแนกตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้

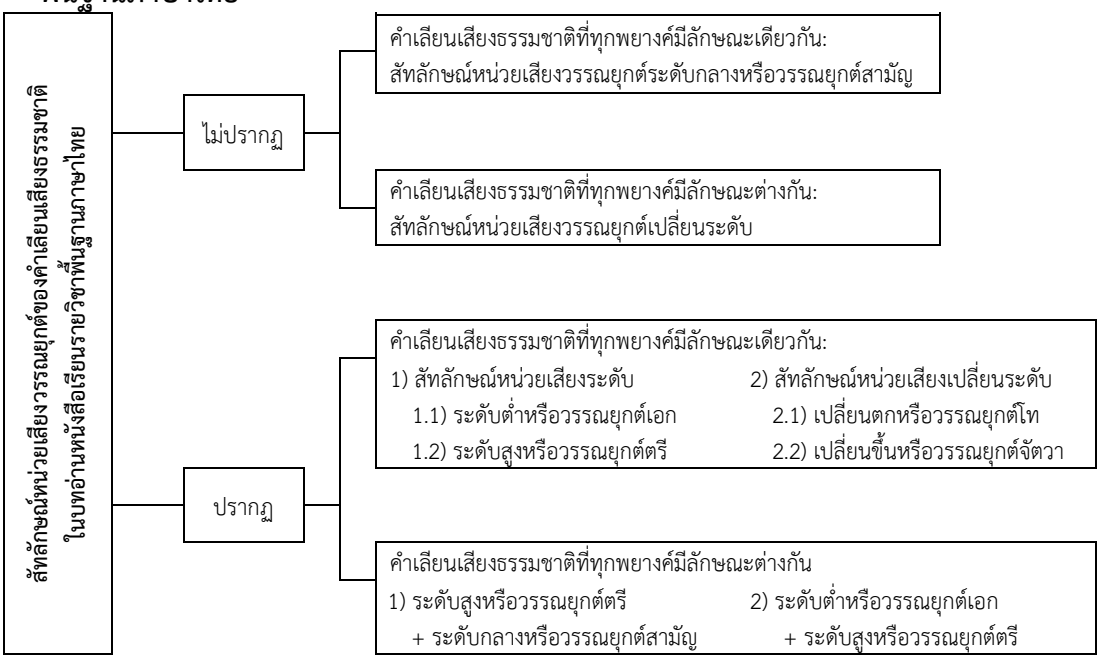
1. แหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย



แผนภาพที่ 2 แสดงข้อค้นพบด้านแหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย

แผนภาพที่ 2 ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยปรากฏแหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติที่เป็นแหล่งกำเนิดเสียงทางชีวภาพเท่านั้น เนื่องจากคำเลียนเสียงธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งที่สืบเนื่องมาจากสิ่งมีชีวิตเป็นสิ่งที่ใกล้ชิดกับเด็กนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 ซึ่งมีความสามารถในการรับรู้สิ่งแวดล้อมได้ตามความเป็นจริง สอดคล้องกับประสบการณ์ใกล้ตัวผ่านสิ่งที่เป็นรูปธรรมและรับรู้ได้โดยตรง

2. สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย



แผนภาพที่ 3 แสดงข้อค้นพบด้านสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทย

แผนภาพที่ 3 ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยไม่ปรากฏสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติที่เป็นวรรณยุกต์ระดับกลางหรือวรรณยุกต์สามัญ ซึ่งมีลักษณะราบเรียบ ไม่เหมาะกับการถ่ายทอดเหตุการณ์ที่มีพลวัตของเสียง จึงส่งผลให้คำเลียนเสียงธรรมชาติประกอบด้วยสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับสูงและต่ำซึ่งมีความชัดเจนหรือเด่นชัด

รูปแบบสัทลักษณ์วรรณยุกต์ทั้งแบบ “เหมือนกันทุกพยางค์” และ “แตกต่างกันในแต่ละพยางค์” ช่วยเพิ่มการถ่ายทอดลักษณะเสียงธรรมชาติ สะท้อนให้เห็นว่าสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติมีบทบาทสำคัญในการสร้างอารมณ์ ความรู้สึก และความสมจริงของเสียงที่เลียนแบบ

สรุป

1. แหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติ: คำเลียนเสียงพฤติกรรมของสัตว์ปรากฏความถี่มากที่สุด อาจเนื่องมาจากการเลียนเสียงพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตทำได้ใกล้เคียงกับความจริง และคำเลียนเสียงสภาพของวัตถุปรากฏความถี่น้อยที่สุด อาจเนื่องมาจากเสียงที่ดังมาจากสภาพของวัตถุซึ่งเป็นสิ่งไม่มีชีวิตเลียนแบบได้ยากกว่าการเลียนเสียงสิ่งมีชีวิต

2. สัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติ: คำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับสูงปรากฏมากที่สุด อาจเนื่องมาจากคำเลียนเสียงธรรมชาติส่วนใหญ่ประกอบด้วยหน่วยเสียงพยัญชนะท้ายกักตามโครงสร้างของพยางค์ตายซึ่งสัมพันธ์กับสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับโดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับสูง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการศึกษาแหล่งกำเนิดเสียงของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยปรากฏแหล่งกำเนิดเสียงทางชีวภาพเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับความสามารถของผู้เรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 1-3 ซึ่งมีอายุระหว่าง 7-8 ปีตามแนวคิดพัฒนาการด้านเชาวน์ปัญญา จึงเป็นแนวทางแก่หน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์บันเทิงคดีสำหรับผู้เรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้นได้ทางหนึ่ง

1.2 ผลการศึกษาสัทลักษณ์วรรณยุกต์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติในบทอ่านหนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐานภาษาไทยไม่ปรากฏสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ที่เป็นหน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับกลาง เพื่อการเข้าถึงอารมณ์และความรู้สึกร่วมของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น และไม่ปรากฏสัทลักษณ์หน่วยเสียงวรรณยุกต์ระดับร่วมกับวรรณยุกต์เปลี่ยนระดับในคำเลียนเสียงธรรมชาติที่มีจำนวนพยางค์มากกว่า 1 พยางค์ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดทางภาษาศาสตร์ตามมุมมองการกลมกลืนเสียง จึงเป็นแนวทางแก่หน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์บันเทิงคดีสำหรับเด็กเพื่อส่งเสริมทักษะการอ่านที่สอดคล้องกับพัฒนาการด้านการออกเสียงของผู้เรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้นได้ทางหนึ่ง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสัทลักษณ์ของคำเลียนเสียงธรรมชาติกับพัฒนาการทางร่างกาย ได้แก่ ฐานกรณ์ ซึ่งมีส่วนส่งเสริมพัฒนาการด้านการออกเสียง เนื่องจากผู้เรียนวัยประถมศึกษาตอนต้นยังมีอวัยวะในการออกเสียงไม่สมบูรณ์ กล่าวคือ อาจใช้อวัยวะในการออกเสียงได้ดีเพียง ริมฝีปาก ลิ้น ฟัน เพดานปาก เท่านั้น การสร้างสรรค์บันเทิงคดีที่สอดคล้องกับพัฒนาการด้านการออกเสียงของผู้เรียนในแต่ละช่วงวัยโดยนำเสนอคำเลียนเสียงธรรมชาติและคำอื่น ๆ สามารถช่วยพัฒนาทักษะอวัยวะในช่องปากเพื่อการสื่อสารด้วยการพูดและการอ่านออกเสียงของผู้เรียนวัยประถมศึกษาตอนต้นได้

เอกสารอ้างอิง

ชฎาภรณ์ แจ่มแจ้ง. (2563). การศึกษาวิเคราะห์ภาษาภาพพจน์ในคัมภีร์วิสุทธิมรรค. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ วัดวังตะวันตก*, *5*(3), 278-291. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/235480/163985

ชัยธัช จันทร์สมุด. (2555). กฎหมายสิ่งแวดล้อม: ข้อตกลงระหว่างประเทศเกี่ยวกับความหลากหลายทางชีวภาพ. *วารสารรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์*, *1*(2), 47-62. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/gjournal-ksu/article/view/89123/70122

ปภาดา แก้วก่อง, ทองทิพย์ พูลลาภ และศิริพร ศรีวรกานต์. (2566). การแปลคำเลียนเสียงธรรมชาติในนวนิยายเรื่อง The Council of Animals ของ Nick McDonell. *วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, *19*(2). 188-227. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/eJHUSO/article/view/266921/182498

วัฒนชัย หมั่นยิ่ง. (2565). ระบบเสียงและโครงสร้างพยางค์ในภาษาถิ่นสุโขทัย. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 22*(3), 446-472. https://doi.org/10.14456/lartstu.2022.49

สุพาณี วรรณาการ. (2551). ภาพพจน์ในสารคดีนิตยสาร Reader's Digest. *วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, *30*(1), 198-217. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jasu/article/view/239937/169822

Assaneo, M. F. & Nichols, J. I. (2011). The anatomy of onomatopoeia: An attempt toward translation strategies. *Review of Applied Linguistics Research*, *3*(3), 72-92. https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0028317

Hinton, L., Nichols, J., & Ohala, J. J. (1994). Sound symbolism. *Annual Review of Anthropology, 23*(1), 33–52. https://doi.org/10.1146/anthro.672

Laing, C. E. (2019). *Phonological motivation for the acquisition of onomatopoeia: An analysis of early words*. Language Learning and Development. Advance online publication. https://doi.org/10.1080/15475441.2019.1577138

Motamedi, Y., Perniss, P., Wonnacott, E., Murgiano, M., Marshall, C., Goldin-Meadow, S., & Vigliocco, G. (2020). Linking language to sensory experience: Onomatopoeia in early language development. *Developmental Science, 23*(3), e13066. https://doi.org/10.1111/desc.13066

Nuckolls, J. B. (1999). The case for sound symbolism. *Annual Review of Anthropology, 28*, 225–252. https://archive.org/download/wikipedia-scholarly-sources-corpus/10.1146%252Fannurev.anthro.28.1.225.pdf

Rasinski, T. V. (2014). Fluency matters. *International Electronic Journal of Elementary Education, 7*(1), 3–12. https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1053609.pdf

Rungrojsuwan, S. (2007). The symbolization of sounds in Thai onomatopoeic words. *MANUSYA: Journal of Humanities, 10*(1), 41–53. http://www.manusya.journals.chula.ac.th/wp-content/uploads/2021/06/4.pdf

Rungrojsuwan, S. (2009). The non-arbitrary aspect of language: The iconicity of onomatopoeic words in Thai. *SKY Journal of Linguistics, 22*, 251–276. https://journal.fi/sky/article/view/152932

รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3

STRATEGIC MANAGEMENT MODEL FOR ENHANCING STUDENT QUALITY UNDER THE OFFICE OF SUPHANBURI PRIMARY EDUCATIONAL SERVICE AREA 3

อำนาท เหลือน้อย
Amnat Luanoi
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3
Suphanburi Primary Educational Service Area Office 3
Corresponding Author E-mail: kroodanghad19@gmail.com
Received September 18, 2025; **Revised** April 2, 2026; **Accepted** April 2, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาตัวแปร องค์ประกอบ สภาพ และแนวทางการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน 2) พัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน 3) ศึกษาผลการใช้รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ใช้แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นกรอบการวิจัย ดำเนินการวิจัยทั้งสิ้น 4 ระยะ พื้นที่วิจัยคือโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้บริหารสถานศึกษา ครูและผู้ทรงคุณวุฒิ รวมทั้งสิ้น 1,436 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินและแบบบันทึกข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพื้นฐาน สถิติอ้างอิงและเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1) องค์ประกอบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนมี 7 ด้าน ได้แก่ การวางแผนการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน การพัฒนางานวิชาการ การนิเทศกำกับติดตามและประเมินผล การเป็นผู้นำในด้านการบริหาร การใช้เทคโนโลยีด้านการศึกษา การสร้างเครือข่าย การมีส่วนร่วม และการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้

2) รูปแบบการบริหารที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก คือ หลักการ วัตถุประสงค์ กระบวนการ TACTICS Model และการวัดและประเมินผล

3) ผลการใช้รูปแบบนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพผู้เรียนอย่างต่อเนื่องทั้งด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ความสามารถด้านการอ่าน คิด วิเคราะห์ เขียน และผลการทดสอบระดับชาติ ความพึงพอใจต่อการใช้รูปแบบอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: รูปแบบการบริหาร, เชิงกลยุทธ์, คุณภาพผู้เรียน, ประถมศึกษา, จังหวัดสุพรรณบุรี

Abstract

This article aims to 1) investigate the variables, components, conditions, and approaches of strategic management for developing student quality, 2) develop a

strategic management model for developing student quality, and 3) examine the results of implementing the strategic management model for developing student quality. This research employed a mixed methods research design, utilizing the concept of strategic management as the research framework. The study was conducted in four phases in schools under the Office of Primary Educational Service Area Suphanburi Zone 3. The sample consisted of 1,436 participants, including school administrators, teachers, and experts. Research instruments included questionnaires, interview forms, evaluation forms, and data recording forms. Statistical analyses employed descriptive statistics, inferential statistics, and qualitative content analysis.

The research findings revealed that: 1) The components of strategic management for developing student quality comprised seven dimensions: planning for student quality development, academic work development, supervision, monitoring and evaluation, leadership in management, utilization of educational technology, creation of participatory networks, and arrangement of learning- conducive environments. 2) The developed management model consisted of four main components: principles, objectives, the "TACTICS Model" process, and measurement and evaluation. 3) The implementation of the model led to continuous improvement in student quality across various aspects, including academic achievement, desirable characteristics, reading, analytical thinking and writing abilities, and national test results, with satisfaction toward the model implementation at the highest level.

Keywords: Management model, Strategic management, Student quality, Primary Education, Suphanburi

บทนำ

การพัฒนาคุณภาพการศึกษาจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้การบริหารเชิงกลยุทธ์มาบริหารจัดการศึกษาในเชิงคุณภาพให้นักเรียนมีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษาและเป็นที่ยอมรับของสังคม สถานศึกษาจะต้องบริหารจัดการศึกษาเป็นระบบต่อเนื่องอย่างเป็นรูปธรรม (สุนทรัสส์ เพชรรักษ์คำด้วง, 2559) จากการศึกษางานวิจัยหลายเรื่องบ่งชี้ว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อคุณภาพผู้เรียนคือ รูปแบบการบริหารจัดการของสถานศึกษา อย่างไรก็ดี การบริหารในหลายโรงเรียนยังขาดทิศทางเชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจน และไม่มีแบบแผนในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกิดช่องว่างในการนำแนวคิดเชิงกลยุทธ์มาปรับใช้ในระดับปฏิบัติจริง

พื้นที่การวิจัยคือโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ซึ่งมีโรงเรียนรวมทั้งสิ้น 125 แห่ง พบว่า หลายโรงเรียนมีศักยภาพแต่ขาดระบบบริหารที่เป็นกลยุทธ์การขับเคลื่อนคุณภาพผู้เรียนจึงไม่บรรลุเป้าหมายตามมาตรฐานการศึกษาซึ่งสอดคล้องกับ ศิริลักษณ์ ทิพม่อม (2559) ได้กล่าวว่ารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์และปัจจัยที่เอื้อหรือกลยุทธ์การพัฒนาที่มีต่อการบริหารโรงเรียน ซึ่งการบริหาร

เชิงกลยุทธ์ยังไม่ถูกนำมาใช้ในเชิงปฏิบัติอย่างมีแบบแผน อีกทั้งยังขาดเครื่องมือหรือแนวทางที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถออกแบบกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนและผู้เรียน โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อำนาจ ฤทธิ์ภักดี (2567) พบว่า ผลการทดลองใช้รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ ปีการศึกษา 2565 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเพิ่มขึ้นจากปีการศึกษา 2564 เท่ากับ 0.46 พฤติกรรมด้านการปฏิบัติงานกลุ่มและด้านความสนใจและรับผิดชอบในการเรียน อยู่ในระดับมาก

บทความวิจัยนี้นำเสนอผลการพัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่สามารถประยุกต์ใช้ในโรงเรียนประถมศึกษา เพื่อส่งเสริมคุณภาพผู้เรียนทั้งในด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน คุณลักษณะอันพึงประสงค์และการคิดวิเคราะห์เชิงระบบ พร้อมทั้งนำเสนอข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติในเชิงโครงสร้าง ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อวงวิชาการด้านการบริหารการศึกษาตลอดจนการยกระดับคุณภาพการศึกษาในระดับเขตพื้นที่การศึกษาและระดับชาติอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาตัวแปร องค์ประกอบ สภาพ และแนวทางการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3
3. เพื่อศึกษาผลการใช้รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3

การทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิดทฤษฎีหลายด้านเพื่อสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยที่เหมาะสมกับบริบทเฉพาะขององค์กร ดังต่อไปนี้

1. ด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้สถานศึกษาปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยมีกระบวนการหลักคือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) การกำหนดกลยุทธ์ การปฏิบัติตามกลยุทธ์และการประเมินผล (David, 2011; Wheelen & Hunger, 2012) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ Baldwin (1994) ชี้ให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคของการนำกลยุทธ์ไปใช้มักเกิดจากการขาดความเข้าใจของบุคลากร และโครงสร้างการบริหารที่ไม่เอื้ออำนวย
2. ด้านคุณภาพผู้เรียน นับเป็นเป้าหมายสูงสุดของการบริหารการศึกษา ซึ่งต้องวัดทั้งผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการและคุณลักษณะที่พึงประสงค์
3. ด้านการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) กระบวนการ PAOR (Plan, Act, Observe, Reflect) เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาและพัฒนางานในบริบทจริง ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ปฏิบัติงาน
4. การวิเคราะห์ช่องว่างของความรู้ (Knowledge Gap) จากการสังเคราะห์วรรณกรรม พบช่องว่างของความรู้ที่สำคัญ จำนวน 3 ด้าน ดังนี้

1) ด้านบริบท (Contextual Gap) งานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาในบริบทของโรงเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนขนาดใหญ่หรือศึกษาในบริบทต่างประเทศ เช่น งานของ Baldwin (1994) แต่ยัง

ขาดงานวิจัยที่สร้างรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ "จำเพาะเจาะจง" สำหรับบริบทของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ซึ่งมีบริบททางวัฒนธรรมองค์กรและข้อจำกัดที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น

2) ด้านกระบวนการ (Methodological Gap) งานวิจัยเดิมมักเป็นการสร้างรูปแบบแล้วนำไปทดลองใช้แบบทิศทางเดียว (Top-down) หรือเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แต่ยังขาดการนำกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAOR) มาผนวกเข้ากับกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อให้บุคลากรในสถานศึกษาได้ร่วมคิด ร่วมทำและสะท้อนผลการปฏิบัติจริง ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ (Implementation gap) ที่งานวิจัยในอดีตมักประสบปัญหา

3) ด้านผลลัพธ์ (Outcome Gap) งานวิจัยด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์หลายเรื่องมักหยุดอยู่ที่การประเมินความเหมาะสมของรูปแบบแต่การวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์ปลายทางคือคุณภาพผู้เรียนอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงระหว่าง Management process (การบริหาร) กับ Output (คุณภาพผู้เรียน) ที่ยังมีการศึกษาน้อยในบริบทนี้

5. การเติมเต็มช่องว่างของความรู้ (Filling the Gap) การวิจัยครั้งนี้จะเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวโดยการสร้างรูปแบบใหม่เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับบริบทเฉพาะของ สพป. สุพรรณบุรี เขต 3 โดยใช้กระบวนการ PAOR ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการในการขับเคลื่อนรูปแบบ เพื่อปิดจุดอ่อนเรื่องการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Implementation) ทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนจากภายในโดยมุ่งเน้นผลลัพธ์ในการเชื่อมโยงตัวแปรด้านการบริหารเข้ากับตัวแปรด้านคุณภาพผู้เรียนโดยตรง

6. สรุปผลการทบทวนวรรณกรรมและการนำกรอบแนวคิดมาใช้

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1) ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบมาจากทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Theories) โดยเลือกองค์ประกอบที่สอดคล้องที่สุด ได้แก่ 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม 2) การวางแผนกลยุทธ์ 3) การปฏิบัติตามกลยุทธ์ และ 4) การควบคุมและประเมินผล

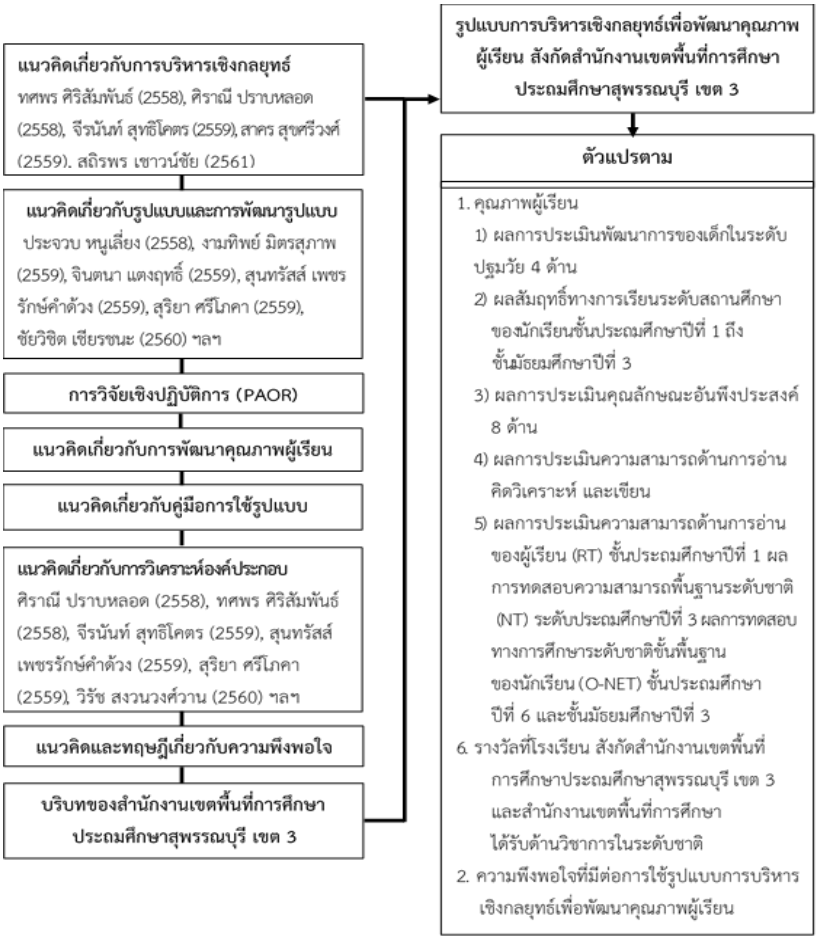
2) กระบวนการ (Process) ผู้วิจัยนำแนวคิด การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (PAOR) มาใช้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนรูปแบบเข้าสู่สถานศึกษา เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

3) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ คุณภาพผู้เรียน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดนิยามและเกณฑ์การประเมินจากการทบทวนวรรณกรรมด้านมาตรฐานการศึกษาและหลักสูตรแกนกลาง

สรุปได้ว่า การวิจัยนี้ไม่ได้เพียงแค่นำทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์มาใช้ซ้ำแต่เป็นการนำมาปรับประยุกต์ (Adapt) โดยผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่เป็นรูปแบบการบริหารที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับบริบทและส่งผลต่อคุณภาพผู้เรียนอย่างแท้จริง

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด ทฤษฎีของการบริหารเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วยแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R&D) พื้นที่วิจัย คือ โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 1,436 คน (สพป.สุพรรณบุรี เขต 3, 2566) และเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีจากการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตามหลักทฤษฎีของ Cochran (1977) ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 แบ่งเป็น 2 กลุ่ม สำหรับการเก็บข้อมูลระยะที่ 1 จำนวน 740 คน (สำหรับวิเคราะห์องค์ประกอบ 400 คน และกลุ่มสำหรับศึกษาสภาพปัจจุบัน 340 คน) โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random

Sampling) โดยจำแนกประชากรออกเป็นชั้นภูมิ (Strata) ตามขนาดโรงเรียน (หรือตามอำเภอ) แล้วทำการสุ่มตัวอย่างจากแต่ละชั้นภูมิอย่างง่ายตามสัดส่วน เพื่อให้ได้ตัวแทนที่ครอบคลุมบริบทของโรงเรียนทุกขนาดในเขตพื้นที่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 3 ชนิด ได้แก่ 1) แบบสอบถาม (Questionnaire) มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (มากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย, น้อยที่สุด) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบการบริหารเชิงกลยุทธ์ 4 ด้านหลัก ได้แก่ (1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (2) การกำหนดกลยุทธ์ (3) การปฏิบัติตามกลยุทธ์ และ (4) การควบคุมและประเมินผล โดยสร้างตามแนวคิดของ (David, 2011; Wheelen & Hunger, 2012) โดยมีค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย Alpha Coefficient ที่ได้จากการ Try-out 0.95 เพื่อใช้ศึกษาตัวแปรองค์ประกอบและสภาพปัจจุบันหรือสภาพที่พึงประสงค์ของการบริหารเชิงกลยุทธ์

2) แบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบ มีลักษณะเป็นแบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ พร้อมช่องบันทึกข้อเสนอแนะปลายเปิด (Open-ended) สำหรับให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม โดยมีองค์ประกอบการประเมินด้านความถูกต้อง (Propriety) ด้านความเหมาะสม (Feasibility) ด้านความเป็นไปได้ (Utility) และด้านมาตรฐานของรูปแบบ โดยสร้างตามแนวคิดของการประเมินมาตรฐานรูปแบบการศึกษา และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย จากการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อใช้สำหรับศึกษาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น

3) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion Guideline) กำหนดประเด็นการสนทนาเพื่อตรวจสอบยืนยันองค์ประกอบของรูปแบบ กระบวนการนำรูปแบบไปใช้และเงื่อนไขความสำเร็จของการบริหารเชิงกลยุทธ์ในบริบทจริง ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามหลักในการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับคู่มือและรูปแบบ โดยสร้างตามแนวคิดของกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม รวบรวมข้อมูลตามระยะการวิจัยทั้ง 4 ระยะ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2565 – มกราคม 2566 และนำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ ด้วยสถิติพื้นฐานประกอบด้วย (1) ค่าความถี่ (Frequency) (2) ค่าร้อยละ (Percentage), (3) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ (4) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้สถิติอ้างอิง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) การทดสอบค่าเฉลี่ย (t-test) และดัชนีจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น (PNI_Modified) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการสังเคราะห์เอกสาร การสนทนากลุ่มและข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนาความ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบหลัก และ 39 ตัวแปรสำคัญ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าน้ำหนักปัจจัย ค่าความแปรปรวน และร้อยละความแปรปรวน

องค์ประกอบหลัก	จำนวนตัวแปร	ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading)	ค่าความแปรปรวน (Eigenvalues)	ร้อยละความแปรปรวน (% of Variance)	ร้อยละสะสม (Cumulative %)	จุดเน้นสำคัญ
การวางแผนการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน	8	0.683 - 0.872	11.166	22.789	22.789	กำหนดทิศทางและเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์
การพัฒนางานวิชาการ	9	0.537 - 0.841	7.257	14.811	37.599	พัฒนาหลักสูตร กระบวนการเรียนรู้และสื่อ
การนิเทศ กำกับติดตามและประเมินผล	6	0.523 - 0.825	4.286	8.748	46.347	ควบคุมคุณภาพและให้คำปรึกษาเชิงวิชาการ
การเป็นผู้นำในด้านการบริหาร	5	0.645 - 0.765	4.252	8.677	55.025	ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนนโยบาย
การใช้เทคโนโลยีด้านการศึกษา	4	0.585 - 0.818	2.54	5.185	60.209	บูรณาการนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ
การสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วม	4	0.523 - 0.765	1.972	4.025	64.234	สร้างความร่วมมือกับผู้ปกครองชุมชนและภาคี
การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้	3	0.708 - 0.796	1.793	3.659	67.893	สร้างบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
รวมตัวแปรทั้งหมด	39					

จากตารางที่ 1 สามารถอธิบายความแปรปรวนสะสมได้สูงถึงร้อยละ 67.89 เมื่อพิจารณาตามลำดับความสำคัญของค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) และค่าความแปรปรวน (Eigenvalues) พบว่าองค์ประกอบที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 1 คือ การวางแผนการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน (Action to planning for development student quality) มีค่าน้ำหนักปัจจัย 0.683-0.872 ซึ่งเน้นการกำหนดทิศทางและเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ รองลงมาคือ การพัฒนางานวิชาการ (Taking academic work development) มุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้ และการนิเทศ กำกับติดตามและประเมินผล (Supervision monitoring and Evaluation) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการควบคุมคุณภาพ ตามลำดับส่วนองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อน ได้แก่ การเป็นผู้นำในด้านการบริหาร (Take being a leader in management) การใช้เทคโนโลยีด้านการศึกษา (Innovation and technology Integration for Education) การสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วม (Creating a Participatory Network) และการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ (Creating an environment conducive to learning) นอกจากนี้เมื่อพิจารณาสภาพการดำเนินงานจริงในปัจจุบัน พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนมีความคิดเห็นต่อสภาพการบริหารเชิงกลยุทธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.36) โดยมีประเด็นที่น่าสนใจ คือ ด้านการเป็นผู้นำในการบริหาร และด้านการสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยการปฏิบัติสูงสุด

สรุปได้ว่า ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงจุดแข็งของสถานศึกษาในสังกัด สพป.สุพรรณบุรี เขต 3 ที่ใช้ภาวะผู้นำและการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนซึ่งเป็นฐานรากสำคัญที่ในการขับเคลื่อนองค์ประกอบด้านอื่น ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายในการยกระดับคุณภาพผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีความสมบูรณ์เชิงโครงสร้าง ประกอบด้วย 4 ส่วนสำคัญ ได้แก่ 1) หลักการของรูปแบบ 2) วัตถุประสงค์ 3) กระบวนการของรูปแบบ และ 4) การวัดและประเมินผล โดยมีจุดสำคัญอยู่ที่ "กระบวนการของรูปแบบ" ซึ่งถูกขับเคลื่อนผ่าน 7 ขั้นตอนเชิงกลยุทธ์ที่เรียกว่า "TACTICS Model" ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงโครงสร้างและองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์

ส่วนประกอบหลัก	รายละเอียดองค์ประกอบ
ส่วนที่ 1 หลักการของรูปแบบ	แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน
ส่วนที่ 2 วัตถุประสงค์	เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนทั้งในระดับปฐมวัยและระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน
ส่วนที่ 3 กระบวนการของรูปแบบ	ประกอบด้วย 7 กระบวนการสำคัญ ภายใต้ชื่อ "TACTICS" ได้แก่ 1) T (Take being a leader in management) การเป็นผู้นำในด้านการบริหาร 2) A (Action to planning for development) การวางแผนการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน 3) C (Creating an environment conducive) การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ 4) T (Taking academic work development) การพัฒนางานวิชาการ 5) I (Innovation and technology Integration) การใช้เทคโนโลยีด้านการศึกษา 6) C (Creating a Participatory Network) การสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วม 7) S (Supervision monitoring and Evaluation) การนิเทศ กำกับติดตามและประเมินผล
ส่วนที่ 4 การวัดและประเมินผล	การวัดและประเมินผลรูปแบบเพื่อติดตามความสำเร็จ

จากโครงสร้างและองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ถูกพัฒนาขึ้นได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 ท่าน เพื่อประเมิน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความถูกต้อง (Accuracy) 2) ด้านความเหมาะสม (Appropriateness) 3) ด้านความเป็นไปได้ (Feasibility) และ 4) ด้านความเป็นประโยชน์ (Utility) เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสำหรับการนำไปใช้จริง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

ประเด็นการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	ผลการประเมิน (ร้อยละ)	สรุปผลการประเมิน
1. ด้านความถูกต้อง (Accuracy)	100	ผ่านเกณฑ์
2. ด้านความเหมาะสม (Appropriateness)	100	ผ่านเกณฑ์
3. ด้านความเป็นไปได้ (Feasibility)	100	ผ่านเกณฑ์
4. ด้านความเป็นประโยชน์ (Utility)	100	ผ่านเกณฑ์

จากการประเมินคุณภาพของรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 พบว่าผลการประเมินในภาพรวมและรายด้านซึ่งประกอบด้วย ด้านความถูกต้อง (Accuracy) ด้านความเหมาะสม (Appropriateness) ด้านความเป็นไปได้ (Feasibility) และด้านความเป็นประโยชน์ (Utility) เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้คิดเป็นร้อยละ 100 ทุกประเด็น

สรุปได้ว่า รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นไม่เพียงแต่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 เท่านั้นแต่ยังเป็น “นวัตกรรมทางการบริหาร” ที่หน่วยงานการศึกษาอื่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือเป็นต้นแบบในการขับเคลื่อนการพัฒนาคุณภาพการศึกษาได้

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ผู้เรียนมีพัฒนาการเชิงบวกครอบคลุมในทุกมิติ ได้แก่ พัฒนาการของเด็กระดับปฐมวัยมีค่าเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 98.74 ขณะที่ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระดับสถานศึกษา (8 กลุ่มสาระการเรียนรู้) คุณลักษณะอันพึงประสงค์และความสามารถด้านการอ่าน คิดวิเคราะห์และเขียน ของผู้เรียนทั้งในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษามีค่าเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับปีการศึกษา 2565 และ 2566 ความสำเร็จที่โดดเด่นยิ่งขึ้นปรากฏชัดเจนผ่านผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติ พบว่า คะแนนเฉลี่ยของการประเมิน RT (ป.1) NT (ป.3) O-NET (ป.6) และ O-NET (ม.3) ไม่เพียงแต่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากปีที่ผ่านมา แต่ยังเป็นคะแนนที่ "สูงกว่าค่าเฉลี่ยระดับประเทศ" ในทุกการทดสอบ ซึ่งส่งผลให้สถานศึกษาและสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาได้รับรางวัลทางวิชาการระดับชาติเพิ่มขึ้นจำนวน 21 รางวัล รองลงมาคือผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริหารสถานศึกษาและครูหัวหน้าฝ่ายวิชาการที่มีต่อการใช้รูปแบบการบริหารอยู่ในระดับ "มากที่สุด" ทั้งหมดนี้จึงยืนยันได้ว่า รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นเป็นนวัตกรรมที่มีความทนทาน (Robustness) มีประสิทธิภาพสูงและสามารถนำไปใช้ขับเคลื่อนการยกระดับคุณภาพการศึกษาได้อย่างยั่งยืน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนและความพึงพอใจ

ตัวชี้วัด/ประเด็นการประเมิน	ผลการประเมิน (ปีการศึกษา 2567)	การเปรียบเทียบพัฒนาการ (เทียบกับปี 2565 และ 2566)
1. พัฒนาการเด็กปฐมวัย (อ.3)	เฉลี่ยรวม 4 ด้าน ร้อยละ 98.74	มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจากปี 2565 (ร้อยละ 2.07) และปี 2566 (ร้อยละ 0.53)
2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระดับสถานศึกษา (8 กลุ่มสาระ)	ป.1 - ป.6 ร้อยละ 76.68 ม.1 - ม.3 ร้อยละ 73.77	มีค่าเฉลี่ยร้อยละเพิ่มขึ้นในทุกระดับชั้น เมื่อเทียบกับปีการศึกษา 2565 และปีการศึกษา 2566
3. คุณลักษณะอันพึงประสงค์ (ระดับดีขึ้นไป)	ป.1 - ป.6 ร้อยละ 98.32 ม.1 - ม.3 ร้อยละ 95.20	มีผลการประเมินเฉลี่ยร้อยละเพิ่มขึ้นในทุกระดับชั้น เมื่อเทียบกับปีการศึกษา 2565 และปีการศึกษา 2566
4. การอ่าน คิดวิเคราะห์ และเขียน (ระดับดีขึ้นไป)	ป.1 - ป.6 ร้อยละ 91.06 ม.1 - ม.3 ร้อยละ 85.77	มีผลการประเมินเฉลี่ยร้อยละเพิ่มขึ้นในทุกระดับชั้น เมื่อเทียบกับปีการศึกษา 2565 และปีการศึกษา 2566
5. ผลการประเมินระดับชาติ - RT (ป.1) - NT (ป.3) - O-NET (ป.6) - O-NET (ม.3)	ร้อยละ 91.40 (สูงกว่าระดับประเทศ 12.68) ร้อยละ 84.62 (สูงกว่าระดับประเทศ 26.81) ร้อยละ 49.36 (สูงกว่าระดับประเทศ 9.42) ร้อยละ 41.21 (สูงกว่าระดับประเทศ 6.06)	มีค่าคะแนนเฉลี่ยร้อยละเพิ่มขึ้นในทุกการทดสอบ เมื่อเทียบกับผลการทดสอบในปี 2565 และปี 2566
6. รางวัลทางวิชาการระดับชาติ	ได้รับรางวัลเพิ่มขึ้นรวม 21 รางวัล	โรงเรียนเพิ่มขึ้น 17 รางวัล และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เพิ่มขึ้น 4 รางวัล
7. ความพึงพอใจต่อการใช้รูปแบบ	อยู่ในระดับ "มากที่สุด"	ประเมินโดยผู้อำนวยการโรงเรียน และครูหัวหน้าฝ่ายวิชาการในสังกัด

สรุปได้ว่า ผลการใช้รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน (TACTICS Model) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ปีการศึกษา 2567 มีความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม สามารถยกระดับคุณภาพผู้เรียนในทุกมิติ ทั้งพัฒนาการของเด็กระดับปฐมวัย ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระดับสถานศึกษา คุณลักษณะอันพึงประสงค์และทักษะการอ่านการคิดวิเคราะห์และการเขียน มีค่าเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีการศึกษาที่ผ่านมา ซึ่งสะท้อนให้เห็น

ถึงประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการยืนยันว่ารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นเป็นนวัตกรรมทางการบริหารที่มีความทนทาน (Robustness) และมีประสิทธิภาพสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพผู้เรียนและมาตรฐานการศึกษาได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

1. องค์ประกอบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ผลการวิจัยพบองค์ประกอบหลัก 7 ด้าน (39 ตัวแปร) โดยมีการวางแผนและงานวิชาการ เป็นหัวใจสำคัญ ประเด็นนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ David and David (2017) ที่เน้นว่าการจัดทำกลยุทธ์ต้องเริ่มจากการวิเคราะห์และวางแผนที่ชัดเจน เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดรับกับงานวิจัยของ ปัญญากร เวชชศาสตร์ และคณะ (2565) ที่พบว่า รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ต้องประกอบด้วยโครงสร้างการบริหารจัดการและการพัฒนาบุคลากรที่เป็นระบบ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ สิปปนนท์ สวัสดิ์สถาพร และคณะ (2566) ที่ยืนยันว่าองค์ประกอบด้านการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์และการบริหารงานวิชาการเป็นปัจจัยต้นน้ำที่สำคัญที่สุดในการยกระดับคุณภาพผู้เรียนในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน

2. การพัฒนารูปแบบและสภาพการดำเนินงาน ซึ่งรูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด และสภาพการปฏิบัติในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการเป็นผู้นำและการสร้างเครือข่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนว่าผู้บริหารในพื้นที่สุพรรณบุรี เขต 3 ใช้ภาวะผู้นำเป็นตัวขับเคลื่อนความร่วมมือ ผลนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราพร บัวพิมพ์ และสุทัศน์ จีคะรัตน์ (2564) ที่พบว่า ภาวะผู้นำและการกำหนดทิศทางองค์กรเป็นด้านที่มีการปฏิบัติโดดเด่นที่สุดในสถานศึกษา และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Wheelen and Hunger (2017) ที่ระบุว่าความสำเร็จของการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้นำในการสื่อสารและการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. ประสิทธิผลของรูปแบบต่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ซึ่งการที่ผลการทดสอบ O-NET, NT และ RT เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในปีการศึกษา 2567 เป็นข้อพิสูจน์ถึงประสิทธิภาพของรูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับอำนาจ ฤทธิ์ภักดี (2567) ที่พบว่า การพัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มขึ้นของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และยังสอดคล้องอย่างยิ่งกับงานวิจัยของประสิทธิ์ สายคำมี และรัชฎาภรณ์ ทองแพง (2565) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการใช้รูปแบบบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ผ่านกระบวนการนิเทศติดตามอย่างเป็นระบบ สามารถยกระดับคะแนน O-NET และคุณภาพการศึกษาในภาพรวมได้จริงตามวงจรคุณภาพของ Deming (2018) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับชลธิชา ร่มโพธิ์รี และวรกาญจน์ สุขสดเขียว (2562) ที่พบว่า การจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมภายใต้การบริหารเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพของโรงเรียน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยนำตัวแปรที่ได้มาทำการจัดกลุ่มทำให้ได้องค์ประกอบการบริหารเชิงกลยุทธ์ จำนวน 7 องค์ประกอบและแต่ละองค์ประกอบมีตัวแปรร่วม สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การวางแผนพัฒนาคุณภาพผู้เรียน (Action to planning for development student quality) เป็นการกำหนดทิศทางล่วงหน้า โดยวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เรียนและบริบทของสถานศึกษา เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์หรือแผนปฏิบัติการที่มุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานการศึกษา มีการกำหนดตัวชี้วัด (KPIs) ที่วัดผลได้จริง

2. การพัฒนางานวิชาการ (Taking academic work development) ถือเป็นหัวใจของการบริหารโรงเรียนเพื่อให้ครอบคลุมการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา การปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Active Learning) การพัฒนาสื่อการสอน และการวัดผลประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ

3. การนิเทศ กำกับ ติดตาม และประเมินผล (Supervision monitoring and Evaluation) เป็นกระบวนการช่วยเหลือแนะนำครูในเชิงวิชาการ เพื่อปรับปรุงการจัดการเรียนการสอน รวมถึงการสร้างระบบประกันคุณภาพภายในที่มีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานเป็นไปตามแผนที่วางไว้

4. การเป็นผู้นำในการบริหาร (Take being a leader in management) เน้นที่ "ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์" ของผู้บริหารที่ต้องมีความสามารถในการสื่อสารวิสัยทัศน์ การตัดสินใจบนพื้นฐานข้อมูล การสร้างแรงจูงใจให้แก่บุคลากรและการบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

5. การใช้เทคโนโลยีด้านการศึกษา (Innovation and technology Integration for Education) โดยการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) นวัตกรรมมาใช้ทั้งในด้านการบริหารจัดการ (Admin) และด้านการเรียนการสอน (Instruction) เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ได้อย่างไร้ขีดจำกัดที่ทันสมัย

6. การสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วม (Creating a Participatory Network) คือ การสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือกับคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ผู้ปกครอง ชุมชน และหน่วยงานภายนอก เพื่อระดมทรัพยากร องค์ความรู้และแรงสนับสนุนในการร่วมพัฒนาคุณภาพการศึกษา

7. การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ (Creating an environment conducive to learning) เป็นการพัฒนาทางกายภาพและจิตสังคม เช่น ห้องเรียน แหล่งเรียนรู้ ห้องสมุด รวมถึงบรรยากาศในโรงเรียนที่ปลอดภัยและการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสุขในการเรียน



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สรุปได้ว่า องค์ความรู้ใหม่ทั้ง 7 องค์ประกอบงานวิจัยชี้ให้เห็นว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนในระดับเขตพื้นที่การศึกษา ไม่ใช่แค่การวางแผนจากบนลงล่างแต่เกิดจากความเข้าใจประกอบกับการบูรณาการ และการมีภาวะผู้นำที่เน้นการเปลี่ยนแปลง เพื่อผลลัพธ์ของผู้เรียน โดยองค์ความรู้ใหม่นี้สามารถใช้ได้กับโรงเรียนในพื้นที่อื่นเพื่อให้เข้ากับบริบทเฉพาะพื้นที่

สรุป

จากการศึกษารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 สามารถสรุปได้ดังนี้

1. องค์ประกอบและสภาพการบริหารเชิงกลยุทธ์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า โครงสร้างการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบหลัก (39 ตัวแปรสำคัญ) ซึ่งมี “การวางแผนพัฒนาคุณภาพผู้เรียน” และ “การพัฒนางานวิชาการ” เป็นแกนกลางสำคัญในการขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษา ในขณะที่สภาพปัจจุบันพบว่าบุคลากรในสถานศึกษามีการปฏิบัติงานในระดับมาก โดยเฉพาะการแสดงภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชน ซึ่งเป็นจุดแข็งสำคัญในการส่งเสริมทรัพยากรและการมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผู้เรียน

2. คุณลักษณะของรูปแบบที่พัฒนาขึ้น รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมและเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ตามทัศนะของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยหัวใจของรูปแบบคือ ความเชื่อมโยงระหว่างนโยบายที่ชัดเจน (Strategy Formulation) สู่การนิเทศและกำกับติดตามที่ต่อเนื่อง (Strategy Evaluation) ซึ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพผ่านวงจรคุณภาพ (PDCA) ทำให้กระบวนการบริหารจัดการไม่ได้หยุดนิ่งแต่มีการพัฒนาตามบริบทของผู้เรียนและท้องถิ่นอย่างแท้จริง

3. ประสิทธิผลและความสำเร็จเชิงประจักษ์ภายหลังการใช้รูปแบบการบริหาร พบว่า คุณภาพผู้เรียนมีพัฒนาการที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในทุกมิติ โดยเฉพาะผลการทดสอบระดับชาติที่มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด เช่น O-NET ป.6 (+8.37 คะแนน) และ NT ป.3 (+7.38 คะแนน) ควบคู่ไปกับจำนวนรางวัลระดับชาติที่เพิ่มขึ้นถึง 21 รางวัล ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์นี้ไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเท่านั้น แต่ยังสร้างวัฒนธรรมแห่งความเป็นเลิศและความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 องค์ประกอบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยตามบริบทเฉพาะพื้นที่ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3 เท่านั้น ก่อนที่จะนำองค์ประกอบการบริหารเชิงกลยุทธ์ไปใช้ ควรมีการปรับใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอื่น เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.2 การนำองค์ประกอบการบริหารเชิงกลยุทธ์ไปใช้ จำเป็นต้องให้ความรู้ ความเข้าใจและสร้างความตระหนักรับรู้แก่ให้ผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอนและผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นเบื้องต้นก่อน เพื่อให้การขับเคลื่อนการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ดำเนินการได้อย่างมีคุณภาพ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยการพัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพในระดับสถานศึกษาเพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพทางการศึกษาให้สูงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จิราพร บัวพิมพ์ และสุทัศน์ จีคะรัตน์. (2564). การบริหารเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 4. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 8*(10), 1-15.

ชลธิชา ร่มโพธิ์รี และวรกาญจน์ สุขสดเขียว. (2562). การบริหารเชิงกลยุทธ์กับการจัดสภาพแวดล้อมของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 5*(2), 415-426.

ประสิทธิ์ สายคำมี และรัชฎาภรณ์ ทองแพง. (2565). การพัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 4. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 17*(61), 102-113.

ปัญญากร เวชชศาสตร์, ประเสริฐ สัมพรรณะ และกุลชญา กิติศักดิ์. (2565). รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการ ครุศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 13*(2), 85-98.

ศิริลักษณ์ ทิพม่อม. (2559). *การพัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดกลางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิตที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

สิปปนนท์ สวัสดิ์สถาพร, สารีพันธุ์ ศุภวรรณ และธรินทิพย์ มาลัย. (2566). รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย, 7*(1), 145-160.

สุนทรัสส์ เพชรรักษ์คำด้วง. (2559). *รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาทักษะการคิดของนักเรียนในศตวรรษที่ 21* [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิตที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 3. (2566). *สารสนเทศทางการศึกษาประจำปีการศึกษา 2566*.

อำนาจ ฤทธิ์ภักดี. (2567). การพัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโรงเรียนละงูพิทยาคม สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสงขลา สตูล. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 8*(2), 176-189.

Baldwin, M. D. (1994). *Implementation of strategic planning in a public school setting: A case study* [Doctoral dissertation].

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

David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases* (13th ed.). Prentice Hall.

David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed.). Pearson.

Deming, W. E. (2018). *The new economics for industry, government, education* (3rd ed.). MIT Press.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic management and business policy: Toward global sustainability* (13th ed.). Pearson.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2017). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation and sustainability* (15th ed.). Pearson.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ

FACTORS INFLUENCING ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF STUDENTS IN UNLIMITED-ADMISSION UNIVERSITY

บงกช ทองเอี่ยม และวนิดา พิมพ์โคตร*
Bongkoch Thongeiam and Vanida Pimkord*
คณะศึกษาศาสตร์ และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Faculty of Education and Faculty of Economics, Ramkhamhaeng University
*Corresponding Author E-mail: vanida.p@rumail.ru.ac.th
Received December 12, 2025; **Revised** April 10, 2026; **Accepted** April 14, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการจัดการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยที่นำไปสู่การพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับในประเทศไทยที่มีเพียง 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) จำนวน 594 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ความรู้พื้นฐานด้านการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในทางธุรกิจ บรรทัดฐานทางสังคม และแรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่การรับรู้ความเสี่ยงไม่พบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดการตัดสินใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาที่มีส่วนเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัย ได้แก่ การรับรู้ความสามารถในทางธุรกิจ และความรู้พื้นฐานด้านการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นสถาบันการศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมให้นักศึกษาเป็นผู้ประกอบการหรือมีธุรกิจของตนเอง
คำสำคัญ: ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ, นักศึกษา, มหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ

Abstract

This research aimed to examine the factors influencing entrepreneurial intentions among students at an unlimited-admission university and to propose guidelines for promoting university-level education that fosters the development of entrepreneurial skills. Quantitative research was used to collect data from a sample of 594

undergraduate students enrolled at an unlimited-admission university. Only two universities were in Thailand: Ramkhamhaeng University and Sukhothai Thammathirat Open University. General data were analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation. Factors influencing entrepreneurial intentions were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that factors significantly influencing entrepreneurial intentions among students at an unlimited-admission university included attitude towards entrepreneurship, basic entrepreneurial knowledge, perceived business competence, social norms, and entrepreneurial motivation. However, perceived risk showed no statistically significant relationship. Factors that significantly shape students' entrepreneurial decisions, particularly those related to universities, include perceived business competence and basic entrepreneurial knowledge. Therefore, educational institutions play a crucial role in supporting and encouraging students to become entrepreneurs or start their own businesses.
Keywords: Entrepreneurial Intentions, Students, Unlimited-Admission University

บทนำ

ผู้ประกอบการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างรายได้และการจ้างงานที่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจของทุกประเทศทั่วโลก ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่มีผู้ประกอบการจำนวน 3.2 ล้านราย โดยส่วนใหญ่ร้อยละ 99.5 เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (MSME) ในปี พ.ศ. 2565 กิจการทุกขนาด มีการจ้างงานในรวมทั้งสิ้น 18.0 ล้านคน แบ่งเป็นการจ้างงานในกิจการขนาดใหญ่ จำนวน 5.2 ล้านคน กิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (MSME) จำนวน 12.8 ล้านคน ซึ่งผู้ประกอบการของไทยมีส่วนในการสร้างรายได้ให้ประเทศจำนวนมาก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) และในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2566-2580 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) มีเป้าหมายให้ผู้ประกอบการในทุกระดับเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น โดยการสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการผ่านการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ พัฒนาทักษะที่จำเป็นและความถนัดที่แตกต่างของแรงงานในด้านเทคโนโลยี และพัฒนาผู้ประกอบการในทุกระดับให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ ขับเคลื่อนธุรกิจด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรมในการเพิ่มมูลค่าธุรกิจ ตลอดจนส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ รวมถึงการสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยุคใหม่ พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการสนับสนุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ ผ่านการส่งเสริมให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในการสร้างโอกาสให้ภาคธุรกิจ รวมถึงสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และสถาบันวิชาการทั้งในและระหว่างประเทศในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ เพื่อยกระดับการบริการและโครงสร้างพื้นฐานให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจและการพัฒนานวัตกรรม รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพกลไกการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

มหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับเป็นมหาวิทยาลัยที่มีการจัดการเรียนการสอนในรูปแบบของตลาดวิชา รับบุคคลเข้าศึกษาโดยไม่มีการสอบคัดเลือกและไม่จำกัดจำนวน มีการจัดการเรียนการสอนแบบมีชั้นเรียนแต่ไม่ได้บังคับให้เข้าชั้นเรียน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่ต้องการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาได้มีที่เรียนและได้เลือกเรียนสาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการ รวมถึงนักศึกษาที่เรียนและทำงานควบคู่กัน ซึ่งในประเทศไทยมีมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับจำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช จากข้อมูลสถาบันอุดมศึกษาของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ณ วันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2566 ระบุว่า ทั้งสองมหาวิทยาลัยมีนักศึกษาในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอกรวมกันทั้งสิ้น 365,535 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.8 ของจำนวนนักศึกษาในมหาวิทยาลัยทั้งหมดในประเทศไทย โดยแบ่งเป็นมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 336,761 คน และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชจำนวน 28,774 คน ซึ่งในแต่ละปีทั้งสองมหาวิทยาลัยสามารถผลิตบัณฑิตเข้าสู่ตลาดแรงงานเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการบูรณาการในการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง รวมถึงนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางในการส่งเสริมการจัดการศึกษาในระดับหลักสูตร ระดับคณะ และระดับมหาวิทยาลัย เพื่อสนับสนุนองค์ความรู้ที่นำไปสู่การพัฒนาให้นักเรียน นักศึกษา ผู้ประกอบการ และบุคคลทั่วไป สามารถเป็นผู้ประกอบการได้ เพื่อเป็นรากฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มีความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ

2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการจัดการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยที่นำไปสู่การพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) เป็นทฤษฎีที่ประยุกต์มาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) เพื่อนำมาใช้ทำนายและอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์เกี่ยวกับความตั้งใจของบุคคลในการดำเนินการตามพฤติกรรมที่กำหนด ทฤษฎี TPB ได้มีการเพิ่มปัจจัยด้านการควบคุมพฤติกรรมการรับรู้ (Perceived Behavioral Control) จากทฤษฎี TRA ซึ่งปัจจัยนี้หมายถึงการรับรู้ของแต่ละบุคคลว่าง่ายหรือยากเพียงใดในการแสดงพฤติกรรม และตามทฤษฎีของ TPB ความตั้งใจของแต่ละบุคคลที่จะมีส่วนร่วมในพฤติกรรมไม่ได้รับอิทธิพลแค่จากทัศนคติและความเชื่อเกี่ยวกับบรรทัดฐานทางสังคมเท่านั้น แต่ยังได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมด้วย ดังนั้นองค์ประกอบสำคัญของแบบจำลองตามทฤษฎี TPB คือ เจตนาเชิงพฤติกรรม ความตั้งใจของพฤติกรรมที่ได้รับอิทธิพลจากทัศนคติเกี่ยวกับความเป็นไปได้ที่พฤติกรรมจะมีผลตามที่คาดหวัง และการประเมินเชิงอัตนัยของความเสี่ยงและผลประโยชน์ของผลลัพธ์นั้น โดยทฤษฎี TPB ได้ระบุว่า

พฤติกรรมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจ ความตั้งใจ และความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ พฤติกรรม บรรทัดฐาน และการควบคุม โดยมีส่วนประกอบของโครงสร้างที่แสดงถึงการควบคุมพฤติกรรมของบุคคลอย่างแท้จริงที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่ ทัศนคติ ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม บรรทัดฐานส่วนตัว บรรทัดฐานทางสังคม พลังการรับรู้ และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Ajzen, 2005)

แนวคิดและลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการในความหมายแคบ หมายถึง บุคคลที่ริเริ่มธุรกิจของตนเองหรือผู้ที่บริหารทรัพยากรทางธุรกิจภายใต้ความเสี่ยงและสามารถมองเห็นโอกาสทางธุรกิจในการสร้างนวัตกรรมเพื่อสรรสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ เพื่อให้หน่วยธุรกิจดำรงอยู่ต่อไปได้ ส่วนผู้ประกอบการในความหมายกว้าง หมายถึง บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถมองเห็นโอกาสในการทำงาน พยายามลงมือ และฝึกฝนเพื่อบรรลุถึงโอกาสนั้น ๆ และมีความรับผิดชอบต่อผลการกระทำเหล่านั้น ทั้งต่อตนเอง ต่อองค์กร และต่อสังคม (ภัทรวรรธน์ จีรพัฒน์ธนธร, 2564)

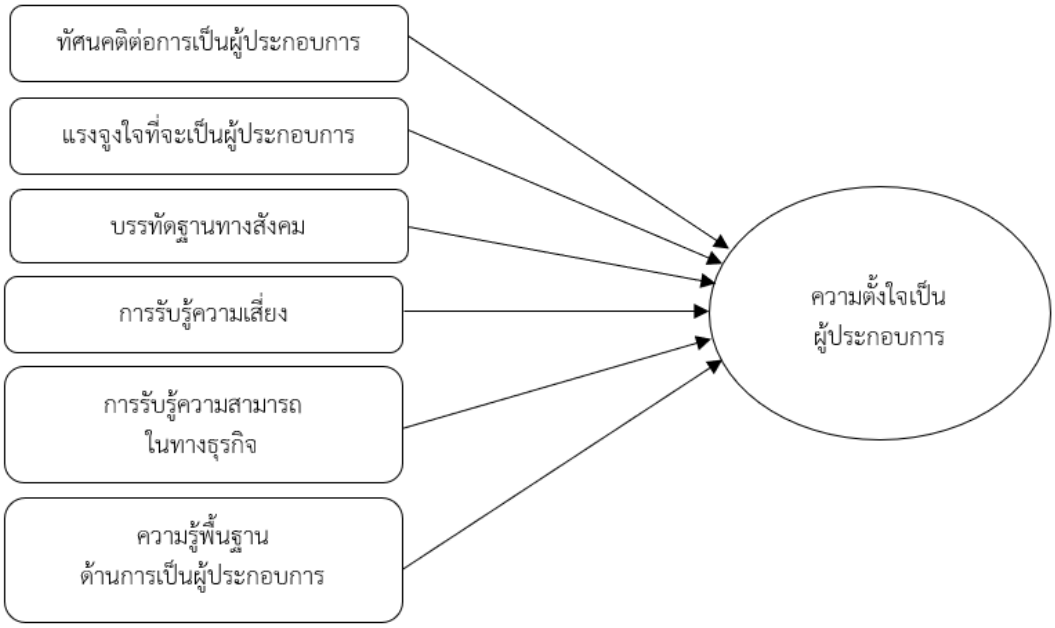
การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education)

“ความเป็นผู้ประกอบการ” เป็นหนึ่งในทักษะสำคัญแห่งศตวรรษที่ 21 ที่ได้รับความสนใจและมีการดำเนินการเพิ่มมากขึ้นในการกำหนดเป็นกรอบแนวคิดและยุทธศาสตร์สำคัญต่อการจัดการเรียนรู้ในเนื้อหาเชิงสหวิทยาการ โดยการส่งเสริมความเข้าใจในเนื้อหาวิชาแกนหลักและสอดแทรกทักษะความรู้เกี่ยวกับการเงิน ความรู้ทางด้านการเงินและพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากความรู้เดิมที่ต้องสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน การศึกษาความฉลาดรู้ทางการเงิน (Financial literacy) ซึ่งต้องเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถจัดการทางด้านการเงิน ความรู้ทางด้านเศรษฐศาสตร์ และการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งรวมถึงการรู้วิธีการที่เหมาะสมสำหรับการสร้างตัวเลือกเชิงเศรษฐศาสตร์/เศรษฐกิจ ความเข้าใจบทบาทในเชิงเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อสังคม และการใช้ทักษะการเป็นผู้ประกอบการในการยกระดับและเพิ่มประสิทธิผลด้านอาชีพ โดยเฉพาะผู้สอนที่ต้องนำเรื่องเหล่านี้เข้าไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนในทุกระดับโดยเฉพาะในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศตามยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 เพื่อสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และหลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง โดยเน้นการพัฒนาที่สมดุลบนฐานความคิดของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงผ่านการปฏิรูปประเทศด้านโครงสร้างเศรษฐกิจ การวิจัยและพัฒนา และระบบการศึกษาของรัฐบาล (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2561) ทางการศึกษาความรู้เกี่ยวกับ “การเป็นผู้ประกอบการ” มักเกี่ยวกับการบริหารการศึกษาหรือการบริหารสถานศึกษา ซึ่งเป็นความรู้ที่ต้องมีศาสตร์และศิลป์เป็นองค์ประกอบและต้องได้รับการฝึกปฏิบัติตามเกณฑ์ที่คุรุสภากำหนดจึงจะทำหน้าที่นี้ได้

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) และงานวิจัยของ ชมพูนุท ด้วงจันทร์ และคณะ (2564), สุธีรา เดชนครินทร์ และ กชพรพรรณ พงค์ทองเมือง (2566), อนุวัต สงสม (2566),

Sharaf, El-Gharbawy, & Ragheb (2018), Su et al. (2021) และ Colman et al. (2021) ผู้วิจัยได้นำองค์ความรู้มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้ ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ส่วนตัวแปรอิสระ ได้แก่ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ แรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความสามารถในทางธุรกิจ และความรู้พื้นฐานด้านการเป็นผู้ประกอบการ รายละเอียดดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับในประเทศไทย ได้แก่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

การสร้างเครื่องมือ

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีลักษณะและโครงสร้าง ดังนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคล มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เป็นข้อคำถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) และส่วนที่ 3 เป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

การหาความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

เมื่อสร้างแบบสอบถามฉบับร่างแล้วได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ

3 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา การใช้ภาษา และความชัดเจนของคำถาม ก่อนนำมาคำนวณค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ผลการตรวจสอบพบว่า มีค่า IOC รายข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ถือว่ามีความเที่ยงตรง จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่าเท่ากับ 0.97 ซึ่งถือว่ายอมรับได้ จึงดำเนินการเก็บข้อมูลต่อไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ ได้แก่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง 330,822 คน และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 26,590 คน ข้อมูล ณ วันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2567

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ ได้แก่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยเปิดที่รับผู้เข้าเรียนโดยไม่มีการสอบเข้าและรับนักศึกษาไม่จำกัดจำนวน โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางการกำหนดขนาดตัวอย่างของการใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Hair et al., 2014) ที่ให้ข้อพิจารณาขนาดตัวอย่างเท่ากับ 10-20 เท่าของจำนวนพารามิเตอร์ ในการศึกษาครั้งนี้มีข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 37 คำถาม ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 15 เท่าของจำนวนพารามิเตอร์ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัยจึงมีจำนวนเท่ากับ 555 (37x15) คน

การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางแบบสอบถามออนไลน์ Google Form และแบบสอบถามในรูปแบบกระดาษ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยได้รับแบบสอบถามกลับมาทั้งสองช่องทาง จำนวน 594 ชุด หลังจากนั้นมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล พบว่าข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมดมีข้อมูลที่สมบูรณ์สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่และร้อยละ และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ด้วยสมการโครงสร้าง (SEM)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 594 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 24 ปี ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นนักศึกษาปริญญาตรีส่วนกลาง คณะที่มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ นิติศาสตร์ บริหารธุรกิจและรัฐศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ และสื่อสารมวลชน ตามลำดับ รูปแบบการเรียนเป็นการเรียนอย่างเดียว ส่วนใหญ่บิดาและมารดา หรือผู้ปกครอง (กรณีที่ไม่ได้อยู่กับบิดามารดา) ประกอบอาชีพเกษตรกร/ทำกิจการทางด้านการเกษตร มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 5,001–10,000 บาท ได้รับรายได้จากครอบครัว มีสมาชิกในครอบครัว 3–5 คน มีภูมิลำเนาจากจังหวัดต่าง ๆ 5 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชัยภูมิ

นครศรีธรรมราช สมุทรปราการ และอุบลราชธานี ส่วนใหญ่บุคคลใกล้ชิดที่เป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจจะเป็นญาติสนิท ทั้งนี้ หลังเรียนจบวางแผนที่จะประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด

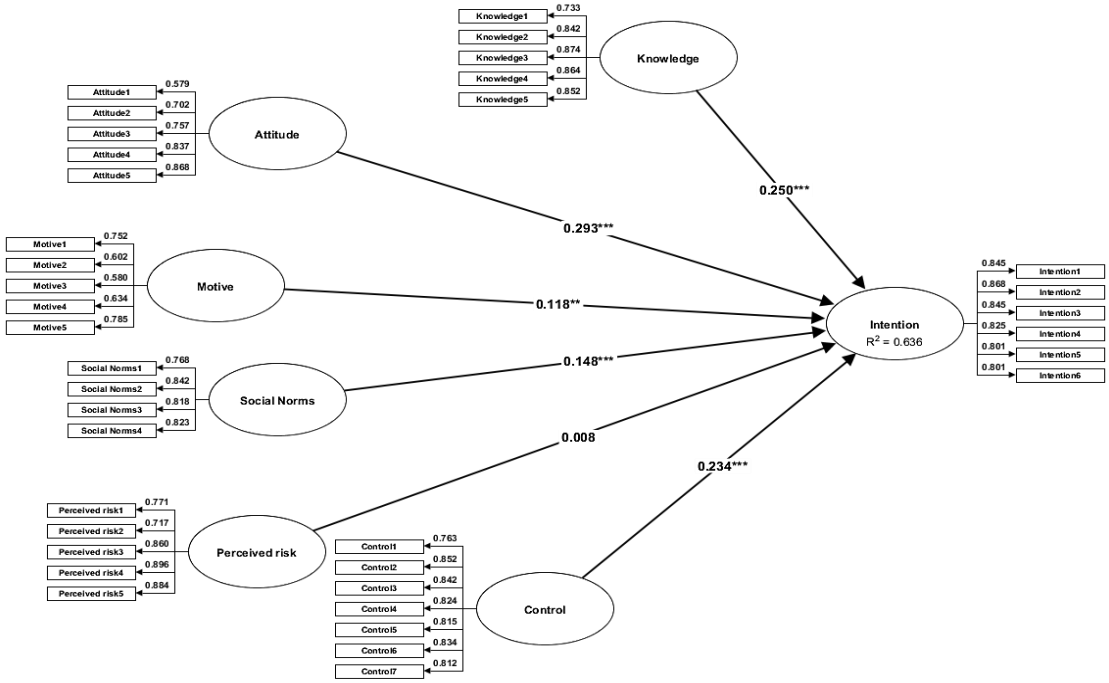
2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ ด้วยสมการโครงสร้าง (SEM) สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

2.1 ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM)

ตัวแบบโครงสร้างแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งตัวแปรในตัวแบบโครงสร้างเป็นตัวแปรนามธรรมเรียกว่า ตัวแปรแฝง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรแฝงตาม และตัวแปรแฝงอิสระ ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดตัวแปรแฝงตาม มี 1 ตัวแปร คือ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ตัวแปรแฝงอิสระ มี 6 ตัวแปร ได้แก่ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ แรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความสามารถในทางธุรกิจ และความรู้พื้นฐานด้านการเป็นผู้ประกอบการ

2.2 ผลการคำนวณตัวแบบสมโครงสร้าง



แผนภาพที่ 2 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ

จากแผนภาพที่ 2 แสดงผลการคำนวณตัวแบบสมโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ และการประเมินตัวแบบมาตรวัดและตัวแบบโครงสร้าง สรุปได้ดังนี้

2.2.1 ผลการประเมินตัวแบบมาตรวัด

ผลการประเมินตัวแบบมาตรวัดและตัวแบบโครงสร้าง พบว่า ตัวแปรสังเกตทุกตัวมีค่าน้ำหนัก (loadings) เป็นบวกและมีค่าสูงกว่า 0.50 ขึ้นไป และตัวแปรสังเกตทุกตัวมีค่า t-statistics สูง แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรสังเกตทุกตัวสามารถสะท้อนถึงตัวแปรแฝงทุกตัวได้อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนผลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ และการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเสมือน พบว่า ค่า PA, PC และค่า α ของตัวแปรแฝงทุกตัว มีค่าสูงกว่า 0.70 แสดงว่าทุกตัวแปรสังเกตสามารถอธิบายตัวแปรแฝงทุกตัวได้ดี และเมื่อพิจารณา ค่า AVE พบว่า มีค่า AVE ≥ 0.50 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตสามารถสะท้อนหรือเป็นตัวแทนของตัวแปรแฝงได้ดี ดังนั้น จึงสรุปว่า ตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษาเป็นตัวแทนที่ดีของปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังการกำหนด

2.2.2 ผลการประเมินตัวแบบโครงสร้าง

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.636 ดังนั้น ทั้ง 6 ปัจจัย สามารถอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับได้ร้อยละ 63 และถูกกำหนดโดยปัจจัยอื่น ๆ ร้อยละ 37

2.2.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยได้ตั้งสมมติฐานให้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ จำนวน 6 ปัจจัย โดยทุกปัจจัยจะส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ ซึ่งสรุปผลการวิจัยในแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

1. ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude) พบว่า ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยขนาดของการส่งผลมีค่าเท่ากับ 0.293 ซึ่งหากพิจารณาจากตัวชี้วัดทัศนคติจากการศึกษานี้ พบว่า ถ้ามีโอกาสและมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ พวกเขาจะเริ่มทำธุรกิจของตัวเอง หรือพวกเขาคิดว่าการมีธุรกิจเป็นของตนเองจะสร้างความมั่นคงให้กับตัวเองและครอบครัว หรือถ้าให้เลือกทำอาชีพต่าง ๆ ในอนาคตพวกเขาจะเลือกเป็นผู้ประกอบการหรือเป้าหมายในชีวิตของพวกเขาคือการเป็นผู้ประกอบการที่มีธุรกิจหรือกิจการของตัวเอง

2. ด้านแรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Motive) พบว่า ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ขนาดของการส่งผลมีค่าเท่ากับ 0.118 โดยมีตัวชี้วัดที่เป็นแรงจูงใจ ได้แก่ การทำธุรกิจส่วนตัวมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับผลตอบแทนสูง และการเป็นผู้ประกอบการเป็นการทำงานที่ได้รับค่าตอบแทนที่คุ้มค่าเพราะเป็นกิจการของตนเอง

3. บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms) พบว่า ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Intention) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ขนาดของการส่งผลมีค่าเท่ากับ 0.148 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มคนหรือบุคคลที่อยู่รอบตัวนักศึกษา เช่น คนในครอบครัว เพื่อน อาจารย์ รุ่นพี่ รุ่นน้อง หรือเพื่อนร่วมงาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

4. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived risk) พบว่า ไม่มีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ และมีขนาดของการส่งผลมีค่าเท่ากับ 0.008 สามารถอธิบายได้ว่า นักศึกษารับรู้ว่าความเสี่ยงส่งผลกระทบทางลบต่อการดำเนินงานของธุรกิจ แต่เนื่องจากปัจจัยนี้ไม่มีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ นักศึกษาอาจจะมองความเสี่ยงเป็นเรื่องธรรมชาติในการทำธุรกิจ

หรือขาดการตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความเสี่ยง และเมื่อพิจารณาจากผู้ตอบแบบสอบถามจะเห็นว่า ร้อยละ 79.63 มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 24 ปี ซึ่งเป็นไปได้ว่าคนกลุ่มนี้ยังมีประสบการณ์น้อย และยังไม่เคยทำธุรกิจจึงยังไม่มีประสบการณ์หรือความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงในการทำธุรกิจ การประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ และวิธีในการแก้ไขปัญหาความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ของการทำธุรกิจ

5. การรับรู้ความสามารถในทางธุรกิจ (Control) พบว่า ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยขนาดของการส่งผลมีค่าเท่ากับ 0.234 โดยตัวชี้วัดที่เป็นการรับรู้ความสามารถทางธุรกิจ คือ การเริ่มต้นธุรกิจและทำให้ประสบความสำเร็จไม่ใช่เรื่องยากสำหรับพวกเขา พวกเขามีองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับกระบวนการในการทำธุรกิจตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงประสบความสำเร็จ สามารถวางแผน ควบคุม และแก้ปัญหาต่าง ๆ ในการทำธุรกิจ มีความรู้ด้านแนวคิด ทฤษฎี ที่สามารถนำไปใช้พัฒนาเป็นกลยุทธ์และแนวทางในการทำธุรกิจ มีความสามารถในการหาเงินทุนเพื่อใช้ในการทำธุรกิจและการหาปัจจัยการผลิต การหาตลาดและลูกค้าไม่ใช่เรื่องยากสำหรับพวกเขา

6. ความรู้พื้นฐานด้านการเป็นผู้ประกอบการ (Knowledge) พบว่า ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยขนาดของการส่งผลมีค่าเท่ากับ 0.250 เมื่อพิจารณาจากตัวชี้วัดความรู้พื้นฐานด้านการเป็นผู้ประกอบการ สะท้อนให้เห็นว่าการมีความรู้พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจ การได้ลงเรียนวิชาที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการทั้งในรายวิชาพื้นฐานและวิชาในสาขาต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยช่วยให้นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งการศึกษาในมหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยภาพแวดล้อมที่มีส่วนสนับสนุนให้เป็นผู้ประกอบการ และการศึกษาในมหาวิทยาลัยเป็นการให้ความรู้ และทักษะที่จำเป็นสำหรับการเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษา

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์	t-statistics	ผลลัพธ์
H1: ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ	0.293	6.588***	ยอมรับ
H2: แรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ	0.118	3.226**	ยอมรับ
H3: บรรทัดฐานทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ	0.148	3.565***	ยอมรับ
H4: การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ	0.008	0.183	ปฏิเสธ
H5: การรับรู้ความสามารถในทางธุรกิจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ	0.234	4.268***	ยอมรับ
H6: ความรู้พื้นฐานด้านการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ	0.250	6.769***	ยอมรับ

Note. ระดับความเชื่อมั่น ** = 0.95, *** = 0.99

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ พบว่า

1. ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยนักศึกษามองว่าการเป็นผู้ประกอบการที่มีธุรกิจหรือกิจการของตัวเอง ไม่ว่าจะศึกษาในคณะหรือสาขาวิชาที่แตกต่างกัน เป็นเป้าหมายที่สำคัญของชีวิตแม้ยังไม่จบการศึกษา และจะสร้างความมั่นคงทางรายได้ให้กับตัวเองและครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับแรงจูงใจเชิงเศรษฐกิจ (Economic Incentives) ที่กระตุ้นพฤติกรรมการตัดสินใจในทิศทางเชิงบวก และในด้านจิตวิทยาเชิงบวกที่มีแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ คือ ระดับที่บุคคลมีการประเมินพฤติกรรมที่น่าสนใจทั้งในแง่ดีและไม่ดีซึ่งเป็นการพิจารณาผลของการปฏิบัติ ส่วนหนึ่งของแนวคิดของ Seligman (2011) ได้กล่าวว่า ความหมาย (Meaning) คือ ความหมายของชีวิตเป็นการเรียนรู้ชีวิตว่าอะไรคือสิ่งที่สำคัญและยิ่งใหญ่ของตนเอง การใช้ชีวิตอย่างมีความหมายทำให้บุคคลพยายามที่จะทำตามเป้าหมาย ทำให้เกิดการประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของพิมพิกา พูลสวัสดิ์ และวิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์ (2562); ชมพูนุท ด้วงจันทร์ และคณะ (2564); มานิตย์ มัลลวงค์ และวิวัฒน์โชติกร เรืองจันทร์ (2564); นิรันดร ทัพไชย (2565); Sharaf, El-Gharbawy, & Ragheb (2018) และ Fu et al. (2022) ที่พบว่า ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในระดับอาชีวศึกษาและระดับปริญญาตรี

2. ความรู้พื้นฐานด้านการเป็นผู้ประกอบการ (Knowledge) ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากการศึกษาในมหาวิทยาลัยช่วยสร้างความเข้าใจในแนวทางการทำธุรกิจและทักษะที่จำเป็น และมีการสอดแทรกในการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตรที่นักศึกษาเรียน นอกจากนี้มหาวิทยาลัยได้มีการจัดรายวิชาที่มีความรู้พื้นฐานด้านการเป็นผู้ประกอบการในวิชาศึกษาทั่วไป ส่งผลให้นักศึกษามีความมั่นใจและพร้อมที่จะเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ ชมพูนุท ด้วงจันทร์ และคณะ (2564); สุธีรา เดชนครินทร์ และกชพรพรรณ พงค์ทองเมือง (2566); อนุวัต สงสม (2566); พิมพิกา พูลสวัสดิ์ และจิรวัฒน์ ทิพยรส (2566); Su et al. (2021) และ Colman et al. (2021) ที่พบว่า ความรู้พื้นฐานด้านการเป็นผู้ประกอบการส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ โดยระบุว่าการศึกษาในมหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีส่วนสนับสนุนนักศึกษาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ

3. การรับรู้ความสามารถในทางธุรกิจ (Control) ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ สะท้อนให้เห็นว่า นักศึกษามีความเชื่อมั่นในตนเองสูงว่ามีความสามารถในการบริหารจัดการในการประกอบธุรกิจ ซึ่งการรับรู้ดังกล่าวเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการในอนาคต ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของพิมพิกา พูลสวัสดิ์ และวิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์ (2562); ชมพูนุท ด้วงจันทร์ และคณะ (2564); นิรันดร ทัพไชย (2565) และ Fu et al. (2022) ที่พบว่า การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

4. บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms) เป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งหากสังคมที่อยู่รอบตัวนักศึกษามีค่านิยมและการส่งเสริมและสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการ เช่น มองว่าการเป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจเป็นอาชีพที่มั่นคง มีเกียรติ หรือเป็น

โอกาสในการสร้างรายได้ให้กับตัวเองและครอบครัว ก็จะทำให้นักศึกษารู้สึกว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่น่าสนใจและมีโอกาสประสบความสำเร็จ ซึ่งจะเพิ่มความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น และการที่นักศึกษารับรู้ว่ามีคนรอบข้าง เช่น คนในครอบครัว เพื่อน อาจารย์ รุ่นพี่ รุ่นน้อง หรือเพื่อนร่วมงาน สนับสนุนและให้กำลังใจในการเป็นผู้ประกอบการ ก็จะช่วยเพิ่มความมั่นใจและลดความกังวล ทำให้มีความกล้าที่จะเริ่มต้นธุรกิจมากขึ้น ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพิกา พูลสวัสดิ์ และวิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์ (2562); ชมพูนุท ด้วงจันทร์ และคณะ (2564); มานิตย์ มัลลวงค์ และวิวัฒน์โชติกรเรืองจันทร์ (2564); นิรันดร ทัพไชย (2565) และ สุธีรา เดชนครินทร์ และกชพรพรรณ พงค์ทองเมือง (2566) ที่พบว่า บรรทัดฐานทางสังคมส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

5. แรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Motive) ส่งผลทางบวกและมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งหมายความว่าแรงจูงใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดมีตัวชี้วัดที่สำคัญ คือ เรื่องผลตอบแทนเป็นหลัก (แสดงออกด้วยตัวชี้วัดที่ 1 การทำธุรกิจส่วนตัวมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับผลตอบแทนสูง และ 5 การเป็นผู้ประกอบการเป็นการทำงานที่ได้รับค่าตอบแทนที่คุ้มค่าเพราะเป็นกิจการของตนเอง) ผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับการศึกษาของ อนุวัต สงสม (2566) ที่พบว่า แรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยปิด ความแตกต่างจากผลการศึกษานี้อาจเกิดจากความแตกต่างของตัวสะท้อนแรงจูงใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดและปิด กล่าวคือ แรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยปิดมีตัวชี้วัดจากผลตอบแทนทางการเงิน ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก และแรงจูงใจภายใน ได้แก่ การที่มีความต้องการเป็นอิสระ เป็นนายตนเอง ส่วนนักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดให้ความสำคัญเฉพาะแรงจูงใจภายนอกด้านผลตอบแทนทางการเงิน โดยไม่ให้ความสำคัญกับแรงจูงใจภายใน

6. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ไม่พบว่ามีนัยสำคัญต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการและมีการส่งผลในทิศทางลบ ซึ่งหมายความว่านักศึกษารับรู้ว่าความเสี่ยงมีส่งผลกระทบทางลบต่อการดำเนินงานของธุรกิจ แต่ปัจจัยนี้ไม่มีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้นักศึกษาอาจจะมองความเสี่ยงเป็นเรื่องธรรมชาติในการทำธุรกิจหรือขาดการตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sharaf, El-Gharbawy, & Ragheb (2018) ที่พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 3 แสดงผลองค์ประกอบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ คือ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ความรู้พื้นฐานด้านการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้ความสามารถในทางธุรกิจ บรรทัดฐานทางสังคม และแรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

สรุป

จากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดการตัดสินใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามีส่วนเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัยค่อนข้างมาก ดังจะเห็นได้จาก ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในทางธุรกิจ และด้านความรู้พื้นฐานด้านการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นสถาบันการศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมให้นักศึกษาประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของตนเอง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ด้านการพัฒนาหลักสูตรที่เน้นการเป็นผู้ประกอบการ กระทรวงหรือภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาและมหาวิทยาลัยควรร่วมมือกันพัฒนาหลักสูตรที่เน้นการสร้างความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์หรือสาขาวิชาที่นักศึกษาเรียน เช่น การบริหารการเงิน การจัดการความเสี่ยง การตลาด การบริหารจัดการองค์กร การบริหารจัดการสถานศึกษา รายวิชาที่เน้นทักษะในการปฏิบัติ และรายวิชาพื้นฐาน (General Education)

1.2 ด้านการพัฒนาทักษะส่งเสริมการอบรมและฝึกงาน ควรมีโครงการอบรมและโอกาสฝึกงานกับผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ ในการ Upskills Reskills เพื่อให้นักศึกษาได้รับความรู้จากสถานการณ์จริงลงมือปฏิบัติร่วมกับศาสตร์หรือวิชาชีพที่ศึกษาและเรียนรู้การแก้ไขปัญหาในธุรกิจ หรือจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัย

1.3 ด้านการสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้ด้านผู้ประกอบการในระดับสถาบัน ในระดับคณะและสาขาวิชาที่นักศึกษาสังกัด สร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในมหาวิทยาลัย การจัดประกวดแผนธุรกิจ หรือโปรแกรมสร้างแรงจูงใจสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเชื่อมโยงนักศึกษากับโอกาสทางธุรกิจ ที่สามารถบูรณาการข้ามศาสตร์

1.4 มหาวิทยาลัยควรจัดอบรมเรื่องการบริหารความเสี่ยง ทั้งนี้เพราะผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงของนักศึกษาไม่มีบทบาทต่อการตัดสินใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาไม่ได้ให้ความสำคัญกับการประเมินความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจ ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดสินใจที่ขาดความรอบคอบสะท้อนถึงความไม่เข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับความท้าทายในการทำธุรกิจ ซึ่งอาจนำไปสู่ความล้มเหลวในการทำธุรกิจ ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรบรรจุหัวข้อการบริหารความเสี่ยงในหลักสูตรผู้ประกอบการ เช่น การวิเคราะห์ความเสี่ยง การจัดการด้านการเงิน หรือการพัฒนากลยุทธ์การตลาด หรือ จัดทำกรณีศึกษาจากธุรกิจที่ล้มเหลวและประสบความสำเร็จ

1.5 มหาวิทยาลัยสามารถพัฒนาแผนปฏิบัติงานและสร้างอัตลักษณ์ในการพลิกโฉมมหาวิทยาลัย โดยให้เน้นทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในจุดประสงค์หรือเป้าหมายของโครงการหรือกิจกรรมของมหาวิทยาลัยที่สนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษา เพื่อร่วมผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถเป็นผู้ประกอบการทางธุรกิจทุกแขนงเมื่อนักศึกษาสำเร็จการศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ (มหาวิทยาลัยรามคำแหง และ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช) ที่ทำการสำรวจข้อมูลจากนักศึกษาทุกคณะ ซึ่งในแต่ละคณะจะมีลักษณะของวิชาและความเชี่ยวชาญที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปการเลือกศึกษาเป็นรายคณะจะได้ข้อมูลในเชิงลึกที่มีความเฉพาะและสามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับการจัดทำหลักสูตรเพื่อใช้ในการเรียนการสอนในแต่ละสาขาได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ชมพูนุท ด้วงจันทร์, กฤษฎา สอาด, ชุติมา สมนิล, ณัฐพงศ์ รอดสะใภ้, ตวงทอง นุ้ยไม, อารอฟัต คมกำแหง, และภูริทัต ฤทธิโสม. (2564). แบบจำลองโมเดลความตั้งใจเชิงสาเหตุการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. *วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, 10*(2), 148-163. https://so01.tci-thaijo.org/ index.php/BJBM/article/view/246074.

นิรันดร ทัพไชย. (2565). ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. *วารสารสมาคมนักวิจัย, 27*(1), 111-142. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/254550.

พิมพิกา พูลสวัสดิ์ และวิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์. (2562). อิทธิพลของปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรรมแผนที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 10*(2), 50-61. https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/11952.

พิมพิกา พูลสวัสดิ์ และจิรวัฒน์ ทิพยรส. (2566). การรับรู้โอกาสเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาเจเนอเรชั่นซี: บทบาทตัวแปรคั่นกลางความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและความหลงใหลในการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจ, 46*(179), 23-53.

ภัทรวรรธน์ จีรพัฒน์ธนธร. (2564). *การศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์.

มานิตย์ มัลลวงค์ และวิวัฒน์โชติกร เรืองจันทร์. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, 17*(1), 155-173. https://so19.tci-thaijo.org/index.php/SDUGSAJ/article/view/433.

สุธีรา เดชนครินทร์ และกชพรพรรณ พงค์ทองเมือง. (2566). ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจจะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์. *วารสารสังคมศาสตร์วิจัย, 14*(1), 164-178. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ssr/article/view/260587.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2561). รายงานวิจัย การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education). บริษัท พริกหวานกราฟฟิค จำกัด.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566, 22 พฤศจิกายน). *รายงานสถานการณ์ MSME ปี 2566*. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.https://bds.sme.go.th/Files/f5e20d92-138e-48f2-a29f-5a6c3a37cfd0.pdf.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566, 7 มีนาคม). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2566-2580) ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม*. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. https://www.nesdc.go.th/info/master-plan-under-the-national-strategy/.

อนุวัต สงสม. (2566). โมเดลความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 10*(1), 210-226. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pnuhuso/article/view/261531.

Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd ed.). Milton-Keynes: Open University Press/McGraw-Hill.

Colman, M., Silva, J.D., Westermann, B., & Dlamini, S. (2021). The factors that influence the entrepreneurial intentions of university students. *Journal of Entrepreneurship Education, 24*(5), 1-17.

Fu, X., Yan, T., Tian, Y., Niu, X., Xu, X., Wei, Y., Hu, Q., Ouyang, Z., & Wu, X. (2022). Exploring Factors Influencing Students' Entrepreneurial Intention in Vocational

Colleges Based on Structural Equation Modeling: Evidence from China. *Frontiers in Psychology*, *13*, 1-11. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.898319.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed., Pearson new international edition). Upper Saddle River: Pearson Education Limited.

Sharaf, A., El-Gharbawy, A., & Ragheb, M. A. (2018). Factors That Influence Entrepreneurial Intention within University Students in Egypt. *Open Access Library Journal, 5*(10), 1-14. https://doi.org/10.4236/oalib.1104881.

Seligman, M. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. New York: Simon & Schuster.

Su, Y., Zhu, Z., Chen, J., Jin, Y., Wang, T., Lin, C-L., & Xu, D. (2021). Factors Influencing Entrepreneurial Intention of University Students in China: Integrating the Perceived University Support and Theory of Planned Behavior. *Sustainability, 13*(8), 4519, 1-17.

อิทธิพลของแรงจูงใจ และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจในการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

THE INFLUENCE OF MOTIVATION AND TOURIST ATTRACTION POTENTIAL ON THAI TOURISTS' REVISITING INTENTION TO JAPAN

ไกรฤกษ์ คล้ายสีแก้ว, สุปรียา สืบสุนทร*, จีณัสมา ศรีหิรัญ และพอพิมพ์ ตันติอธิมงคล
Krairerk Klaysikaew, Supreeya Suebsuntorn*, Jenasama Srihirun and Porpim Tantiatimongkol
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
*Corresponding Author E-mail: supreeya_s@rmutt.ac.th
Received January 12, 2026; **Revised** April 14, 2026; **Accepted** April 14, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียนร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) แรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ แรงจูงใจด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ (**β** = 0.686) และแรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้ (**β** = 0.280) 2) ศักยภาพการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ ศักยภาพด้านการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว (β = 0.684) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (β = 0.217) ศักยภาพด้านความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว (β = 0.111) ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (β = -0.129) และศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (β =0.099)3) 3) ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำ (β = 0.871)

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการท่องเที่ยว, ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว, การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ, นักท่องเที่ยวไทย, ประเทศญี่ปุ่น

Abstract

This article aimed to investigate 1) the influence of travel motivation on Thai tourists' satisfaction with traveling to Japan, 2) the influence of tourism destination potential on Thai tourists' satisfaction with traveling to Japan; and 3) the influence of tourist satisfaction on Thai tourists' intention to revisit Japan. This study adopted a quantitative research design. The sample comprised 400 Thai tourists who had traveled to Japan at

least twice. Data were collected using a structured questionnaire. Descriptive statistics, including percentage, mean, and standard deviation, were used to describe the characteristics of the respondents and the study variables. Inferential statistics, namely Pearson's correlation coefficient analysis and multiple regression analysis, were applied to investigate the relationships among the variables and to test the proposed hypotheses.

The research results were as follows: 1) Travel motivation factors that significantly influenced Thai tourists' satisfaction with traveling to Japan were novelty-seeking motivation (β=0.686) and cultural and learning motivation (β=0.280). 2) Destination potential factors that significantly influenced Thai tourists' satisfaction with traveling to Japan included destination management potential (β=0.684), facility potential (β=0.217), destination sustainability potential (β=0.111), destination attraction potential (β=−0.129), and destination accessibility potential (β = 0.099). 3) Tourist satisfaction was found to be a significant predictor of Thai tourists' intention to revisit Japan (β=0.871).

Overall, the findings highlight the importance of motivational and destination-related factors in shaping tourist satisfaction and revisit intention. The study contributes empirical evidence to the tourism literature and provides practical guidance for destination management and policymakers in developing effective strategies to enhance tourist satisfaction and encourage revisit intention.

Keywords: Travel Motivation, Tourist Attraction Potentials, Revisiting Intention, Thai Tourists, Japan

บทนำ

ประเทศญี่ปุ่นได้กำหนดให้การท่องเที่ยว เป็นเสาหลักของกลยุทธ์สำคัญในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยตั้งเป้านักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนญี่ปุ่นจำนวน 60 ล้านคนภายในปี 2030 (Prime Minister's Office of Japan, 2025) ภายใต้นโยบาย Cool Japan Strategies (Cabinet Office, Government of Japan, 2019) เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ผ่านการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยจัดอยู่ในกลุ่มตลาดเป้าหมายแรกที่สำคัญจากภูมิภาคอาเซียน รัฐบาลญี่ปุ่นประกาศยกเว้นวีซ่าเข้าประเทศญี่ปุ่นให้กับคนไทยในปี 2013 ประกอบกับค่าเงินเยนที่อ่อนตัวลงตามความผันผวนของเศรษฐกิจภายในประเทศและสถานการณ์ของเศรษฐกิจโลก โดยเห็นชัดตั้งแต่ปี 2022 เป็นต้นมา (Stephen, J., 2025) จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่องมากขึ้น จากข้อมูลทางสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งสอดคล้องกับการรายงานจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศญี่ปุ่นปี 2025 ตั้งแต่ปี 2014 - 2024 จำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี โดยคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติอันดับที่ 6 รองจากนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี จีน ไต้หวัน อเมริกา และฮ่องกง ตามลำดับ โดยเป็นอันดับที่ 1 จากภูมิภาคอาเซียน

ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำตั้งแต่ปี 2014 - 2024 ของนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นมีสัดส่วนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2024 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำถึง 85.1% (JNTO, 2025) ซึ่งความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำนั้น เกิดจากประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งนำไปสู่ระดับความพึงพอใจที่สูงขึ้นของนักท่องเที่ยว และส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการบอกต่อในเชิงบวก อันเป็นเป้าหมายสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (วีระ วีระโสภณ, 2567; Yoon, Y. & Uysal, M., 2005) ศักยภาพด้านคุณภาพการบริการ ศักยภาพการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวญี่ปุ่นซ้ำ (Lee Anant, C., 2025) โดยเมื่อเทียบกับอัตราความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทยพบว่า ประเทศญี่ปุ่นมีอัตราอยู่ที่ 52.7% แต่ประเทศไทยมีอัตราอยู่ที่ 15.9% (Li, S., 2025)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาถึงอิทธิพลของแรงจูงใจ และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นที่มีผลต่อความพึงพอใจในการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ยังคงมีการศึกษาที่ค่อนข้างจำกัด เพื่อนำตัวแปรจากงานวิจัยที่ได้ไปใช้ศึกษาถึงนโยบาย Cool Japan Strategies ซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของประเทศญี่ปุ่นเพื่อใช้ศึกษาเป็นต้นแบบ (Role Model) กำหนดกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทำให้การกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีจำนวนสูงขึ้น เพื่อเกิดการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ สู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเป็นการวางแผนตลาดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจ คือ ความต้องการภายในและสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละบุคคลเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจสูงสุด โดยเริ่มต้นจากปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตัดสินใจเดินทาง บุคคลจะเลือกแหล่งท่องเที่ยว เข้าร่วมกิจกรรม หรือแสวงหาประสบการณ์เฉพาะในระหว่างการเดินทาง (Güzela, O.et al., 2020) งานวิจัยของ Carvache-Franco, M.et al. (2025); Dhungana, S. & Sharma, S., (2024); Lengyel, A. et al., (2025) พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลสำคัญต่อทัศนคติที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวและความตั้งใจในการเดินทาง โดยเฉพาะแรงจูงใจด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ การพักผ่อนและ

หลีกหนีจากกิจวัตรประจำวัน และการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจมีแนวโน้มที่จะกลับมาเยือนซ้ำ ซึ่งสะท้อนบทบาทสำคัญของแรงจูงใจ ในการนำไปใช้วางกลยุทธ์การพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและการตลาดอย่างยั่งยืน Josephine, J.et al., (2023) พบว่า แต่ละคนย่อมมีประสบการณ์ในประเทศนั้นแตกต่างกัน เมื่อบุคคลใดได้รับประสบการณ์เชิงบวกก็จะก่อให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อการกลับมาเยือนซ้ำ

แนวคิดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

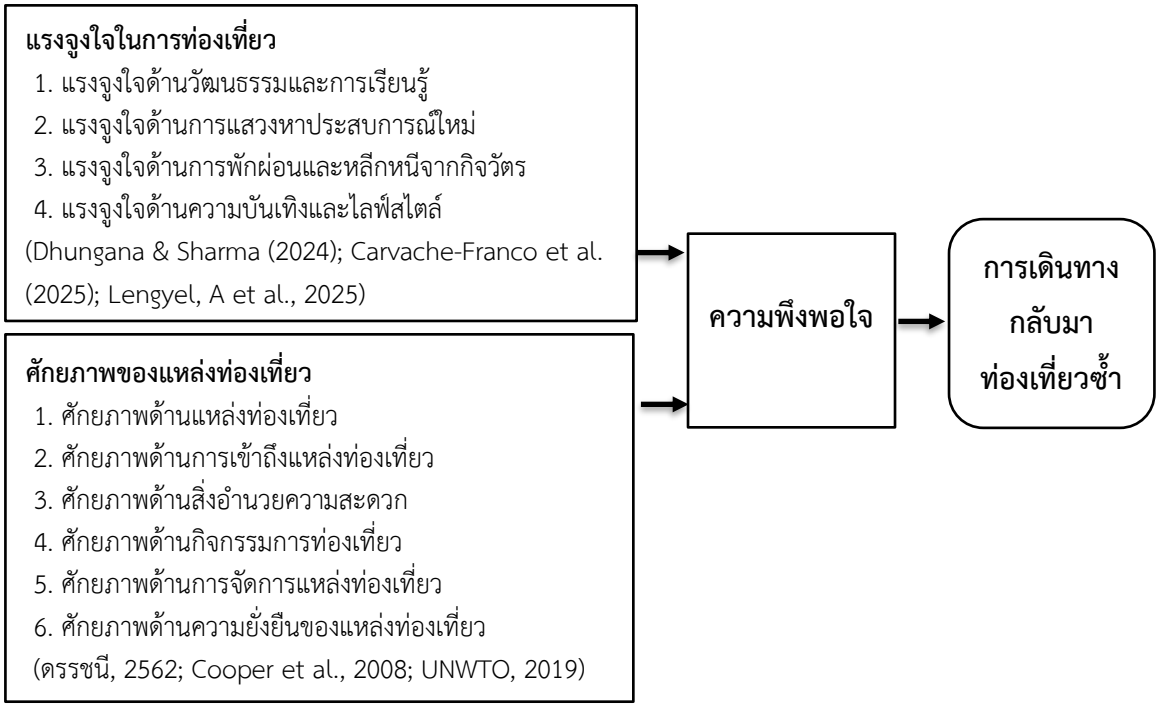
ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถของพื้นที่ท่องเที่ยวในการดึงดูดและรองรับนักท่องเที่ยวผ่านองค์ประกอบการท่องเที่ยว โดยเอื้อต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและสามารถรองรับกิจกรรมท่องเที่ยวได้ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจ ภายใต้ความเหมาะสมในการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ดรรชนี, 2562) Cooper, C.et al., (2008) ได้จัดองค์ประกอบการท่องเที่ยวไว้ 6 ด้าน คือ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) 2. การเข้าถึง (Accessibility) 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4. ที่พัก (Accommodation) 5. กิจกรรม (Activities) และ 6. บริการเสริม (Ancillary Services) UNWTO (2019) ได้กล่าวว่า การเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีส่วนร่วมของชุมชน และความยั่งยืน ซึ่งจะทำให้มิติการท่องเที่ยวด้านกายภาพ เกิดการพัฒนาไปสู่มิติด้านการวางแผนการจัดการและพัฒนาไปอย่างยั่งยืน อัจฉิรา ทิวะสิงห์ และทัตพิชา หฤทัยวรกุล (2568) พบว่า นักท่องเที่ยวที่รู้สึกว่าตนมีความสัมพันธ์เชิงสังคมกับพื้นที่หรือผู้คน มีแนวโน้มกลับมาเยือนซ้ำสูงขึ้น Jittamai,P. et al., (2025) พบว่า สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลสูงต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วีระ วีระโสภณ (2567) พบว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ และการส่งเสริมการตลาด ล้วนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อระดับความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวญี่ปุ่นซ้ำ สอดคล้องกับ Lee Anant, C., (2025) ศักยภาพด้านคุณภาพการบริการ ศักยภาพการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวญี่ปุ่นซ้ำ

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว คือ สิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์การเดินทาง ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ อาจเกิดจากความคาดหวังเมื่อได้รับรู้ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ หรือจากการศึกษาก่อนตัดสินใจเดินทาง หากสิ่งที่ได้รับในระหว่างหรือหลังจากการเดินทางตรงตามที่คาดหวังหรือดีกว่าจะก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงบวก หากสิ่งที่ได้รับจริงต่ำกว่าความคาดหวังก็จะส่งผลต่อความรู้สึกเชิงลบ (Mcdowall, S., 2010) ความพึงพอใจเป็นตัวแปรสะท้อนการตอบรับของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ (หลิวหยี่ และณัฐนันท์ ฐิติยาปราโมทย์, 2566) จากการศึกษาของ Widodo & Andjarwati (2025) พบว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ โดยความพึงพอใจทำหน้าที่เป็นตัวกลางสำคัญในการเชื่อมโยงภาพลักษณ์กับความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำ จุฑานันท์ ญาณะ และศรัญญา กันตะบุตร (2566) พบว่าความพึงพอใจสะท้อนการประเมินประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย และมีผลต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางและความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบของการวิจัย การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจในการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ 2 ครั้ง ขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวประเทศญี่ปุ่น โดยเป็นประชากรทุกเพศทุกวัยเนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรกลุ่มนี้ จึงเลือกใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Krejcie, R.V. & Morgan, D.W., 1970) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 และเพื่อความสะดวกผู้วิจัยจึงกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยมีจำนวนเท่ากับ 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถาม โดยเก็บจากเพจเฟสบุ๊ก กลุ่มคนชอบตะลอนเที่ยวญี่ปุ่น โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ทดสอบคุณภาพแบบสอบถามได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งทุกข้อผ่านเกณฑ์ ผู้วิจัยทำการทดลองใช้

แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น 30 คน และคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยสูตร Cronbach's Alpha พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแต่ละด้านอยู่ระหว่าง 0.829-0.988 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ดำเนินการโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่อยู่ปัจจุบัน สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และวันหยุดโดยเฉลี่ยต่อเดือน ใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำ โดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) สถิติเชิงอนุมาน

2.1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจท่องเที่ยวกับการกลับมาท่องเที่ยวญี่ปุ่นซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) โดยมีเกณฑ์การแปลผล ขนาดของความสัมพันธ์บาร์ทซ์ (Bartz, A.E., 1999 อ้างถึงใน สุภมาส อังศุโชติ, 2556) ดังนี้ 0.81-1.00 สูงมาก 0.61-0.80 สูง 0.41-0.60 ปานกลาง 0.21-0.40 ต่ำ 0.00-0.20 ต่ำมาก

2.2 วิเคราะห์อำนาจการทำนายระหว่างปัจจัยด้านแรงจูงใจ และศักยภาพของแหล่งท่องที่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย และวิเคราะห์อำนาจการทำนายระหว่างความพึงพอใจกับการกลับมาท่องเที่ยวญี่ปุ่นซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหูคูณแบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) โดยใช้ตัวแปรทุกตัวร่วมกัน จากนั้นจึงทำนายการวิเคราะห์ถดถอยพหูคุณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อค้นหาตัวแปรที่ดีที่สุดในการทำนายการกลับมาท่องเที่ยวญี่ปุ่นซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งนี้ต้องพิจารณาค่า Variance Inflation Factor(VIF) ควรมีค่าน้อยกว่า 10 (Stevens, 2009) ค่า Tolerance ควรมากกว่า 0.10 ซึ่งจะแสดงว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ถึงขั้นที่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือ Multicollinearity (Mertler and Reinhart, 2017) รวมถึงพิจารณาค่า Durbin-Watson ซึ่งควรอยู่ในช่วง 1.5-2.5 อันแสดงถึงความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกันคือไม่เกิด Autocorrelation (ยุทธ ไกยวรรณ์, 2563) จึงจะสรุปได้ว่าสามารถใช้ตัวแปรอิสระทุกตัวในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุได้

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 การศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 มีภูมิลำเนาในภาคกลาง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 มีสถานภาพสมรส จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 มีรายได้ 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 256 คน ร้อยละ 64.00

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น พบว่า แรงจูงใจด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น อยู่ในระดับสูงมาก (r= 0.944,

P=.000) รองลงมา คือ แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น อยู่ในระดับสูงมาก (r= 0.913, P=.000) แรงจูงใจด้านการพักผ่อนและหลีกหนีจากกิจวัตรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น อยู่ในระดับสูง (r= 0.793, P=.000) และแรงจูงใจด้านความบันเทิงและไลฟ์สไตล์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น อยู่ในระดับต่ำ (r= 0.381, P=.000) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น

ตัวแปร	MO1	MO2	MO3	MO4	SAT
แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้ (MO1)	1.000				
แรงจูงใจด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ (MO2)	.923**	1.000			
แรงจูงใจด้านการพักผ่อนและหลีกหนีจากกิจวัตร (MO3)	.803**	.823**	1.000		
แรงจูงใจด้านความบันเทิงและไลฟ์สไตล์ (MO4)	.360**	.377**	.256**	1.000	
ความพึงพอใจ (SAT)	.913**	.944**	.793**	.381**	1.000

**p < 0.01

ค่า Tolerance มีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า VIF มีค่า 6.754 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับต่ำ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระอีกทั้งค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.742 อยู่ในช่วง 1.5-2.5 สรุปได้ว่ามีค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น

Model	ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p	Collinearity Statistics	
	B	S.E.	β			Tolerance	VIF
(Constant)	-.136	.066		-2.053	.041		
แรงจูงใจด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ (MO2)	.734**	.043	.686	16.907	.000	1.48	6.754
แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้ (MO1)	.298**	.043	.280	6.892	.000	1.48	6.754

R = .950 R^2 = .903, Adj. R^2 = .903, Std. Error of the Estimate = .219, F = 1852.166, P = 0.000, Durbin-Watson= 1.742

SAT = ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ถดถอยแบบขั้นตอนของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ แรงจูงใจด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ (MO2) และแรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้ (MO1) เป็นตัวแปรที่พยากรณ์ร่วมกันได้ร้อยละ 90.30 มีค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .950 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.903 โดยเรียงจากตัวแปรที่มีน้ำหนักในการพยากรณ์สูงสุด คือ แรงจูงใจด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ (β = 0.686) และแรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้ (β = 0.280) โดยมีสมการพยากรณ์ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ $\hat{Y} = -0.136 + 0.734_{MO2} + 0.298_{MO1}$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน $\hat{Z} = 0.686_{MO2} + 0.280_{MO1}$

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น พบว่า ศักยภาพด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น อยู่ในระดับสูงมาก (r= 0.930, P=.000) รองลงมา คือ ศักยภาพด้านความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น อยู่ในระดับสูงมาก (r= 0.852, P=.000) ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น อยู่ในระดับสูงมาก (r= 0.842, P=.000) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น อยู่ในระดับสูงมาก (r= 0.826, P=.000) และศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น อยู่ในระดับสูง (r= 0.756, P=.000) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น

ตัวแปร	PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6	SAT
ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (PO1)	1.000						
ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (PO2)	.810**	1.000					
ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (PO3)	.748**	.782**	1.000				
ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (PO4)	-.082	-.081	-.048	1.000			
ศักยภาพด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (PO5)	.812**	.850**	.790**	-.078	1.000		
ศักยภาพด้านความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว (PO6)	.782**	.866**	.792**	-.074	.854**	1.000	
ความพึงพอใจ (SAT)	.756**	.842**	.826**	-.086	.930**	.852**	1.000

**p < .01

ค่า Tolerance มีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 3.283–5.446 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับต่ำ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระอีกทั้งค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.721 อยู่ในช่วง 1.5-2.5 สรุปได้ว่า มีค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) ระหว่างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น

Model	ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p	Collinearity Statistics	
	B	S.E.	β			Tolerance	VIF
(Constant)	.208	.069		3.028	.003		
ศักยภาพด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (PO5)	.664	.036	.684	18.346	.000	.191	5.246
ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (PO3)	.212	.029	.217	7.371	.000	.305	3.283
ศักยภาพด้านความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว(PO6)	.113	.038	.111	2.939	.003	.187	5.349
ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (PO1)	-.133	.032	-.129	-4.163	.000	.277	3.606
ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ย (PO2)	.107	.041	.099	2.610	.009	.184	5.446

R = .946 R^2 = .896, Adj. R^2 = .894, Std. Error of the Estimate = .228, F = 676.653, P = 0.000, Durbin-Watson= 1.721

SAT = ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ถดถอยแบบขั้นตอนของศักยภาพของการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ศักยภาพด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (PO5) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (PO3) ศักยภาพด้านความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว (PO6) ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (PO1) และศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (PO2) แต่ในทิศทางตรงกันข้าม ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (PO1) จะมีอิทธิพลเชิงลบต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น เป็นตัวแปรที่พยากรณ์ร่วมกันได้ร้อยละ 89.60 มีค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.946 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.896 โดยเรียงจากตัวแปรที่มีน้ำหนักในการพยากรณ์สูงสุด คือ ศักยภาพด้านการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว (β = 0.684) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (β = 0.217) ศักยภาพด้านความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว (β = 0.111) ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (β = -.129) และศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (β =.099) โดยมีสมการพยากรณ์ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 0.208 + 0.664_{PO5} + 0.212_{PO3} + 0.113_{PO6} - 0.133_{PO1} + 0.107_{PO2}$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.684_{PO5} + 0.217_{PO3} + 0.111_{PO6} - 0.129_{PO1} + 0.099_{PO2}$$

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวกับการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำ พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำ อยู่ในระดับสูงมาก (r= 0.871, P=.000) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นกับการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำ

ตัวแปร	SAT	REV
ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว (SAT)	1.000	
การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Rev)	.871**	1.000

**p < .01

ค่า Tolerance มีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า VIF มีค่า 1.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับต่ำ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระอีกทั้งค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.814 อยู่ในช่วง 1.5-2.5 สรุปได้ว่า มีค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) ระหว่างความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นกับการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำ

Model	การกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำ						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p	Collinearity Statistics	
	B	S.E.	β			Tolerance	VIF
(Constant)	1.142	.084		13.815	.000		
ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว (SAT)	.763	.022	.871	35.324	.000	1.000	1.000
R = .871 R^2 = .758, Adj. R^2 = .758, Std. Error of the Estimate = .302, F = 1247.792, P = 0.000, Durbin-Watson= 1.814							

REV = การกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ถดถอยแบบขั้นตอนของความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นกับ การกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำพบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นตัวแปรที่พยากรณ์ร่วมกันได้ร้อยละ 75.80 มีค่าประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .871 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.758 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักในการพยากรณ์ คือ ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว (β = 0.871) โดยมีสมการพยากรณ์ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ $\hat{Y} = 1.142 + 0.763_{SAT}$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน $\hat{Z} = 0.871_{SAT}$

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น คือ แรงจูงใจด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักการพยากรณ์สูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวที่มุ่งหวังจะค้นพบสิ่งแปลกใหม่เพื่อการเติบโต การเรียนรู้ และความสนุกสนาน ซึ่งการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นนั้นทำให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่สร้างการจดจำ ทั้งจากแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คุณภาพการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับ จนสร้างความประทับใจและเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว โดยสะท้อนให้เห็นถึงความสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่เน้นการแสวงหาความแปลกใหม่เป็นแรงผลักดันหลัก เมื่อแรงจูงใจดังกล่าวได้รับการตอบสนองอย่างตรงจุด ความพึงพอใจจึงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ความต้องการภายในและสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละบุคคลเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจสูงสุด โดยเริ่มต้นจากปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการตัดสินใจเดินทาง บุคคลจะเลือกแหล่งท่องเที่ยว เข้าร่วมกิจกรรม หรือแสวงหาประสบการณ์เฉพาะในระหว่างการเดินทาง (Güzela, O.et al., 2020) ซึ่งแต่ละคนย่อมมีประสบการณ์ในประเทศนั้นแตกต่างกัน เมื่อบุคคลใดได้รับประสบการณ์เชิงบวก ก็จะก่อให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อการกลับมาเยือนซ้ำ (Josephine, J.et al., 2023) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Carvache-Franco et al., (2025); Dhungana & Sharma (2024) พบว่า แรงจูงใจที่มีส่วนสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การแสวงหาความแปลกใหม่ โดยนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจมีแนวโน้มที่จะกลับมาเยือนซ้ำและบอกต่อประสบการณ์เชิงบวกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น งานวิจัยของ ยุบุญ พฤหัสไพลิน และคณะ (2566) พบว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และงานวิจัยของ วีระ วีระโสภณ (2567) พบว่า ประสบการณ์การเดินทางก่อนหน้านี้ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจและมีความตั้งใจสูงในการกลับมาเที่ยวญี่ปุ่นอีกครั้ง

แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักการพยากรณ์ลำดับที่สอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวมีความต้องการทำความเข้าใจวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี และคุณค่าทางวัฒนธรรมของประเทศปลายทาง ควบคู่ไปกับการแสวงหาความรู้และการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มองว่าการเดินทางเป็นกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความสอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมของท้องถิ่น และเน้นการเรียนรู้วิถีชีวิต และมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น (อภิวัฒน์ โลกนุเคราะห์

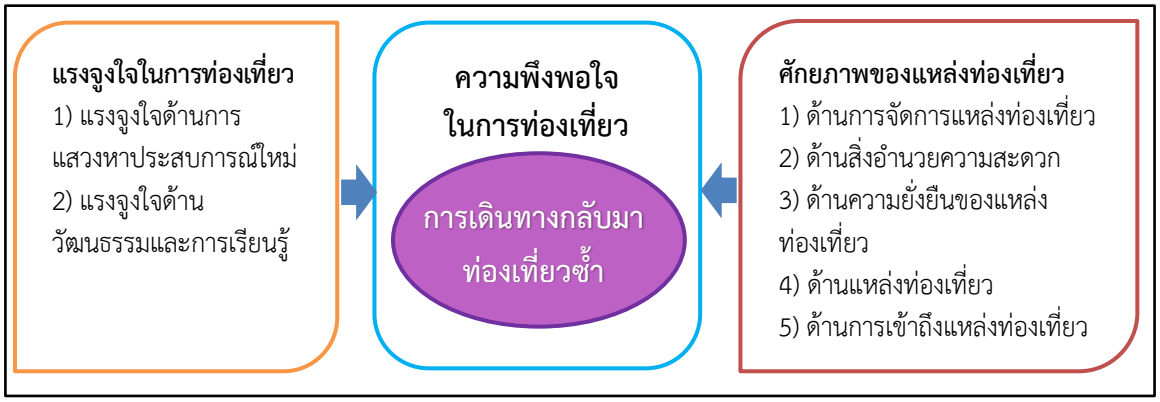
และโชติ บดีรัฐ, 2568) อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับแรงจูงใจด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่แล้ว แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้อาจมีบทบาทรองลงมา เนื่องจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ความสำคัญกับความแปลกใหม่ ความแตกต่าง และประสบการณ์ที่ไม่ซ้ำเดิมเป็นลำดับแรก ขณะที่การเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมมักเกิดขึ้นเป็นผลลัพธ์ควบคู่จากประสบการณ์การท่องเที่ยวมากกว่าจะเป็นแรงผลักดันหลักในการตัดสินใจเดินทาง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น คือ ศักยภาพด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักการพยากรณ์สูงสุด รองลงมา คือ ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประเทศญี่ปุ่นมีระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมตั้งแต่การวางแผน การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว การควบคุมคุณภาพการให้บริการ ตลอดจนการจัดระเบียบและความปลอดภัย ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยว และใช้บริการได้อย่างราบรื่น ลดความยุ่งยากและความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง ส่งผลให้เกิดความรู้สึกมั่นใจและความพึงพอใจโดยรวมในระดับสูง เมื่อเทียบกับปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แม้จะมีบทบาทสำคัญต่อความพึงพอใจเช่นกัน แต่สิ่งอำนวยความสะดวกมักถูกมองว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวคาดหวังอยู่แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระ วีระโสภณ (2567) พบว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ล้วนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อระดับความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวญี่ปุ่น โดยนักท่องเที่ยวชื่นชมในวัฒนธรรม ความสะอาด ความปลอดภัย และคุณภาพการบริการของญี่ปุ่นซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้ต้องการกลับมาเยือนประเทศนี้อีกครั้ง สอดคล้องกับ Lee Anant (2025) ศักยภาพด้านคุณภาพการบริการ ศักยภาพการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความผูกพันทางอารมณ์ต่อแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวญี่ปุ่นซ้ำ และงานวิจัยของ Widodo & Andjarwati (2025) พบว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อทั้งความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาเยือนซ้ำ ดังนั้น ผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ และกิจกรรม เพื่อส่งเสริมความตั้งใจในการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวในระยะยาว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการบริหารจัดการท่องเที่ยวของญี่ปุ่นมีศักยภาพทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง มีเสน่ห์ดึงดูดต่อการท่องเที่ยวตลอดทั้งปีตามแต่ละฤดูกาลของประเทศญี่ปุ่น รวมถึงมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว การจัดระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว มีมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพสูง การบริการและการดูแลนักท่องเที่ยวในด้านความปลอดภัย และมารยาทในการให้บริการของคนในสังคมญี่ปุ่น ยังช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดี ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อประสบการณ์ที่ได้รับสอดคล้องหรือสูงกว่าความคาดหวัง ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงบวก ความประทับใจ และทัศนคติที่ดีต่อจุดหมายปลายทางส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในหลายงาน ได้แก่ จุฑานันท์ ญาณะ และศรัญญา กันตะบุตร (2566); หลิวหยี่ และณัฐนันท์ ฐิติยาปราโมทย์ (2566); Widodo & Andjarwati (2025) ที่พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจในการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้ตัวแปรองค์ประกอบเกี่ยวกับแรงจูงใจและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำ เพื่อใช้สำหรับการร่างต้นแบบ (Role Model) ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศและการทำการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศญี่ปุ่น เพื่อให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างยั่งยืนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนของประเทศไทย ดังแสดงในแผนภาพที่ 2 ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงตัวแปรองค์ประกอบอิทธิพลของแรงจูงใจและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้ กับศักยภาพด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว และศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว คือตัวแปรองค์ประกอบที่มีอิทธิพลสำคัญต่อความพึงพอใจที่ส่งผลโดยตรงต่อการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย และได้ค้นพบว่าศักยภาพด้านความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว เป็นตัวแปรใหม่ในศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยยังไม่เคยถูกกำหนดในการวิจัยก่อนหน้านี้มาก่อน

สรุป

อิทธิพลของแรงจูงใจและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจในการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการวิจัยทำให้รู้ถึงตัวแปรสำคัญของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำ คือ 1) แรงจูงใจด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ และ 2) แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้ ส่วนตัวแปรสำคัญของด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้น คือ 1) ศักยภาพด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว 2) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ศักยภาพด้านความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว 4) ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว และ 5) ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยความพึงพอใจในการท่องเที่ยวคือตัวแปรสำคัญโดยตรงที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า แรงจูงใจด้านการแสวงหาประสบการณ์ใหม่และแรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการเรียนรู้ คือตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ควรคงซึ่งเอกลักษณ์วัฒนธรรมที่ดีงามและแสดงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมต่างๆ ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่สร้างการจดจำจนสร้างความประทับใจและเกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว นำมาซึ่งการเดินทางกลับมาเยือนซ้ำ สอดคล้องกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ศักยภาพด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวแปรองค์ประกอบทางด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีน้ำหนักการพยากรณ์สูงสุด รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่นควรให้ความสำคัญ กับการบริการ การจัดการดูแลเอาใจใส่ต่อความปลอดภัย การจัดการจำนวนนักท่องเที่ยว การจัดความระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว พร้อมกับการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมความตั้งใจในการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวนั้นเป็นตัวแปรที่มีนัยสำคัญต่อการกลับมาท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นซ้ำ ซึ่งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญ ต่อการจัดการวางแผนและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้ตอบสนองต่อความต้องการตามรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตามสภาพสถานการณ์โลกในปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรนำตัวแปรองค์ประกอบที่ได้ไปใช้ศึกษาถึงนโยบาย Cool Japan Strategies พร้อมทำการวิจัยเชิงลึกหาค่าความสัมพันธ์การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM)

2.2 ควรศึกษาการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

จุฑานันท์ ญาณะ และศรัญญา กันตะบุตร. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 9*(4), 240-248.

ดรรชนี เอมพันธุ์. (2562). *การจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าไม้*. เอกสารประกอบการสอนประมลสารชุดวิชาการจัดการทรัพยากรเพื่อการป่าไม้และสิ่งแวดล้อม หน่วยที่ 5. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ยุทธ ไกยวรรณ์. (2563). *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรด้วยSPSS*. (พิมพ์ครั้งที่3). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุบุญ พฤหัสไพลิน, พิเชษฐ อุดมสมัคร, อัชฌาวรรณ สาหร่ายทอง และรชต จันทะบูรณ์. (2566). ประสบการณ์การ ท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน จังหวัดจันทบุรี. *วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์, 8*(2), 14-25.

วีระ วีระโสภณ. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจและระดับความตั้งใจในการเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศญี่ปุ่นอีกครั้งของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. *สหวิทยาการและความยั่งยืนปริทรรศน์ไทย, 13*(2), 288-297.

สุภมาส อังศุโชติ. (2556). *การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน.* เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.

หลิวยวี่ และณัฐนันท์ ฐิติยาปราโมทย์. (2566). อิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในนครเฉิงตู สาธารณรัฐประชาชนจีน. *วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 10*(1), 219-235.

อภิวัฒน์ โลกนุเคราะห์ และโชติ บดีรัฐ. (2568). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน. *วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์, 8*(2), 353-365.

อัจฉิรา ทิวะสิงห์ และทัตพิชา หฤทัยวรกุล. (2568). การตลาดเชิงประสบการณ์ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยรุ่นใหม่ต่อกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, *27*(3), 204-216

Bartz, A.E. (1999). *Basics Statistical Concepts*. (4th ed.). New Jersey. Prentice Hall.

Cabinet Office. (2019). *Cool Japan Strategies.* Cabinet Office, Government of Japan. https://www.cao.go.jp/cool_japan/english/index-e.html

Carvache-Franco, M., Orden-Mejia, M., Hassan, T., Carvache-Franco, O., & Carvache-Franco, W. (2025). Exploring the Relationship Between Motivations, Satisfaction, and Loyalty: Insights from the Galápagos Islands, a World Heritage Site. *Sustainability, 17*(7), 3034. https://doi.org/10.3390/su17073034

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and practice* (4th ed.). Pearson Education.

Dhungana, S., & Sharma, S. (2024). A study on travel motivation, attitude, and travel intention of the tourists visiting Chandragiri Hills. *Science Journal of Business and Management*, *12*(4), 74–84. https://doi.org/10.11648/j.sjbm.20241204.11

Güzela, O., Sahina, I., & Ryan, C. (2020). Push-motivation-based emotional arousal: A research study in a coastal destination. *Journal of Destination Marketing & Management, 16*, 100428. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100428

Japan National Tourism Organization. (2025) Japan Tourism Statistics. https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#graph--intention--to--revisit--japan

Jittamai, P., Toek, S., Phengarree, K., Kongkanjana, K., Chanlawong, N. (2025). Multi-CriteriaDecision-Making for Assessing andEvaluating Health and WellnessTourism Destination Potential Usingthe 6AsTD Framework: A Case Studyof Nakhon Ratchasima Province, Thailand. *Sustainability*, 17,4995. https://doi.org/10.3390/su17114995

Josephine, J., Utama, B.W., & Gunadi, W. (2023). Factors that Influencing Revisit

Intention to Japan towards Japanese Culture Enthusiast. *European Journal of Business and Management Research, 8*(6),155-165.http://doi.org/10.24018 /ejbmr.2023.8.6.2126

Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610. https://doi.org/10.1177 /001316447003000308

Lee Anant, C. (2025). Exploring multimensional drivers of revisit intentions: The case of Bangkokian Millennials and Japan. *Geojournal of Tourism and Geosites*, *59*(2), 745-758. https://doi.org/10.30892/gtg.59221-1453

Lengyel, A., Bács, Z., Bácsné Bába, É., Fenyves, V., Balogh, R., & Müller, A. (2025). Exploring tourist motivations: Mixed-methods insights for destination management. *Tourism and Hospitality, 6*(4).211. https://doi.org/10.3390/tourhosp6040211

Li, S. (2025, August 25). *The Expanding and Deepening World of the Japan Brand.* Dentsu Inc. https://dentsuho.com/en/articles/9389?__hstc=201534478 .afb74c41d31eca e80fb2e674a2d4e34e.1767695197536.1767695197536 .1767695197536.1&__hssc=201534478.3.1767695197536&__hsfp=1954179996

Mcdowall, S. (2010). International Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: Bangkok, Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*,*15*(1), 21-24. https://doi.org/10.1080/10941660903510040

Mertler, C.A., & Reinhart, R.V. (2017). *Advanced and multivariate statistical methods*. Practical application and interpretation. Routledge.

Prime Minister's Office of Japan. (2025, March 18). *Ministerial Council on the Promotion of Japan as a Tourism-Oriented Country.* Prime Minister's Office of Japan. https://japan.kantei.go.jp/103/actions/202503/18kankourikkoku.html

Stephen, J. (2025, December 4). *Weak Japanese yen is ticking time bomb.* Reuters. https://www.reuters.com/markets/asia/weak-japanese-yen-is-ticking-time-bomb-2025-12-04/?utm_source=chatgpt.com

Stevens, J.P. (2009). *Applied Multivariate Statistics for the Social Sciences*. (5th ed). Routledge.

UNWTO. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. World Tourism Organization, Madrid. https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858

Widodo, N.T.S., & Andjarwati, A.L. (2025). The Effect of Tourist Experience and Destination Image on Revisit Intention through Satisfaction. *International Journal of Asian Business and Management (IJABM),4*(2), 309-328. http://doi.org/10.55927/ljbm.v4i2.180

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, *26*(1),45-56. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016

อิทธิพลของความสุขในการทำงานต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

THE INFLUENCE OF WORKPLACE HAPPINESS ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF GENERATION Y EMPLOYEES IN A LARGE DEPARTMENT STORE IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

เรืองรบ คำรณศิลป์* และลัดดาวัลย์ สำราญ
Ruangrob Khamronsin* and Laddawan Someran
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
Faculty of business administration and information technology
Rajamangala university of technology suvarnabhumi
*Corresponding Author E-mail: boykrubbbbb@gmail.com
Received November 23, 2025; **Revised** April 13, 2026; **Accepted** April 16, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความสุขในการทำงานและความผูกพันองค์กร และ (2) วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยความสุขในการทำงานที่มีต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยเป็นเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดจำนวน 167 คน โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC = 0.67–1.00) และมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.929–0.941 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ความสุขในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ขณะที่ความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด แบบจำลองมีความเหมาะสมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 54.93$, $p < .001$) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันองค์กรได้ร้อยละ 69.5 (Adjusted $R^2 = 0.695$) ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวก ได้แก่ ความรับผิดชอบต่องาน ($\beta = 0.43$) สภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงาน ($\beta = 0.33$) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ($\beta = 0.20$) และความสัมพันธ์ของผู้ร่วมงาน ($\beta = 0.17$) ขณะที่ความสำเร็จในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลเชิงลบ ($\beta = -0.19$) และลักษณะงานกับการได้รับการยอมรับนับถือไม่พบอิทธิพลเชิงสถิติ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ความสุขในการทำงานไม่ได้ส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กรในทุกมิติ โดยเฉพาะความสำเร็จในการปฏิบัติงานที่อาจก่อให้เกิดแรงกดดัน องค์กรจึงควรปรับระบบเป้าหมายและการประเมินผลให้สมดุลระหว่างผลลัพธ์และการพัฒนา เพื่อเสริมสร้างความผูกพันในระยะยาว

คำสำคัญ: ความสุขในการทำงาน, ความผูกพันองค์กร, เจนเนอเรชั่นวาย, ห้างสรรพสินค้า

Abstract

This study aimed to (1) examine the levels of workplace happiness and organizational commitment and (2) investigate the influence of workplace happiness factors on organizational commitment among Generation Y employees in a large department store in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. A quantitative research design was employed. Data were collected from the entire population of 167 employees using a seven-point Likert scale questionnaire. The instrument demonstrated acceptable content validity (IOC = 0.67–1.00) and high reliability, with Cronbach's alpha coefficients ranging from 0.929 to 0.941. Data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The results indicated that overall workplace happiness was at a high level, while organizational commitment was at the highest level. The regression model was statistically significant ($F = 54.93$, $p < .001$) and explained 69.5% of the variance in organizational commitment (Adjusted $R^2 = 0.695$). Significant positive predictors included job responsibility ($\beta = 0.43$), work environment ($\beta = 0.33$), career advancement and job security ($\beta = 0.20$), and coworker relationships ($\beta = 0.17$). In contrast, job achievement had a significant negative effect ($\beta = -0.19$), while job characteristics and recognition were not statistically significant. These findings suggest that workplace happiness does not uniformly enhance organizational commitment in a retail context. In particular, job achievement may become a source of performance pressure due to quantitatively driven targets. Therefore, organizations should redesign performance management systems by balancing outcome-based and developmental performance indicators to reduce accumulated pressure and enhance long-term employee commitment.

Keywords: workplace happiness, organizational commitment, Generation Y, department store

บทนำ

ภายใต้บริบทของการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ องค์กรจำเป็นต้องบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ซึ่งมีลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโดยตรง การบรรลุเป้าหมายยอดขาย และการทำงานภายใต้แรงกดดันด้านผลการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ในบริบทดังกล่าว พนักงานเจนเนอเรชั่นวายซึ่งเป็นกำลังแรงงานหลักในปัจจุบัน มีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการและผลการดำเนินงานขององค์กร ทั้งนี้ แรงงานกลุ่มดังกล่าวมีค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับความหมายของงาน โอกาสความก้าวหน้า ความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน และการได้รับการยอมรับในฐานะปัจเจกบุคคล (Lyons et al., 2012) หากองค์กรไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังดังกล่าว อาจส่งผลต่อระดับความผูกพันองค์กรและความตั้งใจคงอยู่ในระยะยาว แม้ว่าจะยังไม่มีข้อมูลเชิงสถิติที่เป็นมาตรฐานเกี่ยวกับอัตราการลาออกของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายในประเทศไทยโดยตรง แต่หลักฐาน

เชิงประจักษ์สะท้อนว่าแรงงานไทยประมาณร้อยละ 30 มีแนวโน้มเปลี่ยนงานภายในหนึ่งปี (PwC Thailand, 2023) และประมาณหนึ่งในสามของแรงงานรุ่นใหม่ (Gen Y และ Gen Z) มีความตั้งใจลาออกในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มการเคลื่อนย้ายแรงงานที่ค่อนข้างสูงในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ปรากฏการณ์ดังกล่าวยิ่งตอกย้ำความสำคัญของการสร้างความผูกพันองค์กรเพื่อรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าในระยะยาว

แนวคิดความสุขในการทำงาน (Workplace Happiness) ซึ่งพัฒนาบนพื้นฐานจิตวิทยาเชิงบวก (Fisher, 2010) และแบบจำลองทรัพยากรและความต้องการในงาน (Job Demands–Resources Model: Bakker & Demerouti, 2007) อธิบายว่า ทรัพยากรในงาน เช่น ความสัมพันธ์ที่ดีในที่ทำงาน ความรับผิดชอบที่ชัดเจน สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน และโอกาสความก้าวหน้า สามารถกระตุ้นแรงจูงใจภายในและนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวกทางองค์กร หนึ่งในผลลัพธ์สำคัญดังกล่าวคือ ความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment) ซึ่งตามแนวคิดของ Meyer and Allen (1991) หมายถึง สภาวะทางจิตวิทยาที่สะท้อนการยอมรับเป้าหมายองค์กร ความเต็มใจทุ่มเท และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรในระยะยาว แม้งานวิจัยจำนวนมากรายงานว่าความสุขในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันองค์กร แต่เมื่อพิจารณาเชิงลึกยังพบช่องว่างสำคัญ ในเชิงทฤษฎี งานศึกษาส่วนใหญ่ตั้งสมมติฐานในทิศทางเดียวว่ามิติของความสุขในการทำงานทุกด้านส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กร โดยมิได้ตรวจสอบความเป็นไปได้ของอิทธิพลเชิงลบในบางมิติ ทั้งที่แบบจำลอง JD-R ชี้ว่า ความต้องการในงานหรือแรงกดดันจากเป้าหมายผลการปฏิบัติงานอาจก่อให้เกิดผลย้อนกลับต่อทัศนคติของพนักงาน (Crawford et al., 2010) อย่างไรก็ตาม ประเด็นดังกล่าวยังได้รับการทดสอบจำกัด โดยเฉพาะในบริบทธุรกิจค้าปลีก ในเชิงวิธีวิจัย การศึกษาจำนวนมากวัดความสุขในการทำงานในลักษณะภาพรวม มากกว่าการจำแนกเป็นมิติย่อยอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ยังขาดหลักฐานเชิงประจักษ์ที่เปรียบเทียบอิทธิพลของแต่ละด้านต่อความผูกพันองค์กรอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานเจนเนอเรชั่นวายซึ่งมีลักษณะงานและแรงจูงใจแตกต่างจากแรงงานรุ่นก่อน ในเชิงผลลัพธ์งานวิจัยบางส่วนรายงานผลที่ไม่สอดคล้องกันเกี่ยวกับบทบาทของความสำเร็จในการปฏิบัติงานและลักษณะงานต่อความผูกพันองค์กร โดยบางการศึกษาพบผลเชิงบวก ขณะที่บางงานพบว่าแรงกดดันจากเป้าหมายงานอาจลดระดับความผูกพัน ความไม่สอดคล้องดังกล่าวสะท้อนความจำเป็นในการศึกษาภายใต้บริบทที่มีแรงกดดันด้านผลการปฏิบัติงานสูง เช่น ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ นอกจากนี้ แม้จะมีงานวิจัยในประเทศไทยเกี่ยวกับความสุขในการทำงานและความผูกพันองค์กรในหลายบริบท แต่ยังพบข้อจำกัดด้านพื้นที่ศึกษา โดยเฉพาะในธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดนอกเขตเมืองหลัก ซึ่งมีโครงสร้างองค์กร โอกาสความก้าวหน้า และสภาพแวดล้อมการทำงานแตกต่างจากสำนักงานใหญ่

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสุขในการทำงานและความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และวิเคราะห์อิทธิพลของความสุขในการทำงานต่อความผูกพันองค์กร ผลการศึกษาจะช่วยขยายความเข้าใจเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทของความสุขในการทำงานในบริบทธุรกิจค้าปลีก และให้หลักฐานเชิงประจักษ์สำหรับการออกแบบนโยบายการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เสริมสร้างความผูกพันองค์กรอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสุขในการทำงาน และระดับความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสุขในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดความสุขในการทำงาน

ความสุขในการทำงาน (Workplace Happiness) มีรากฐานจากแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวก ซึ่งมองว่าความรู้สึกเชิงบวก ความพึงพอใจ และความหมายในงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมประสิทธิภาพและความยั่งยืนขององค์กร Fisher (2010) อธิบายว่าความสุขในการทำงานไม่ใช่เพียงความพึงพอใจในงานเท่านั้น แต่ครอบคลุมทั้งอารมณ์เชิงบวก ความผูกพันต่อบทบาทหน้าที่ และการรับรู้คุณค่าในงานที่ตนปฏิบัติแบบจำลอง Job Demands–Resources Model (JD-R Model) ของ Bakker and Demerouti (2007) ชี้ว่า ทรัพยากรในงาน เช่น การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความชัดเจนของบทบาท และสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม จะกระตุ้นกระบวนการสร้างแรงจูงใจภายใน (motivational process) และนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวก เช่น ความผูกพันองค์กร อย่างไรก็ตาม หากความต้องการในงานสูงเกินสมดุล อาจกลายเป็นแรงกดดันที่ลดทอนแรงจูงใจและผลลัพธ์เชิงบวกได้ ในทางตรงกันข้าม แบบจำลอง JD-R ยังอธิบาย กระบวนการบั่นทอนสุขภาวะ (Health Impairment Process) ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อความต้องการในงานมีระดับสูงอย่างต่อเนื่อง เช่น ภาระงานที่มาก ความกดดันด้านเวลา หรือความคาดหวังด้านผลการปฏิบัติงาน ส่งผลให้พนักงานต้องใช้พลังงานทั้งทางร่างกายและจิตใจอย่างต่อเนื่อง จนเกิดความเหนื่อยล้า (exhaustion) และอาจพัฒนาไปสู่ภาวะหมดไฟในการทำงาน (burnout) ในระยะยาว (Bakker & Demerouti, 2007; Hakanen et al., 2008) ดังนั้น ภายใต้กรอบ JD-R Model จึงสามารถอธิบายได้ว่า ความสุขในการทำงานไม่ได้ส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กรในทุกมิติ อาจมีผลแตกต่างกันไปตามบริบท

แนวคิดความผูกพันองค์กร

ความผูกพันองค์กร (Organizational Commitment) เป็นแนวคิดสำคัญในสาขาพฤติกรรมองค์การ โดย Meyer and Allen (1991) เสนอโมเดลสามองค์ประกอบ ได้แก่ ความผูกพันด้านอารมณ์ (affective commitment) ความผูกพันด้านความต่อเนื่อง (continuance commitment) และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (normative commitment) ซึ่งสะท้อนระดับการยอมรับเป้าหมายองค์กร ความเต็มใจทุ่มเท และความตั้งใจคงอยู่ในระยะยาว นอกจากนี้ ทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การเสนอว่า เมื่อพนักงานรับรู้ว่าองค์กรให้คุณค่าและดูแลผลประโยชน์ของตน จะเกิดความรู้สึกตอบแทนผ่านความผูกพันและพฤติกรรมเชิงบวกต่อองค์กร ซึ่งได้รับการสนับสนุนการศึกษาของ Kurtessis et al. (2017) ที่พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการรับรู้การสนับสนุน ความพึงพอใจ และความผูกพันองค์กร

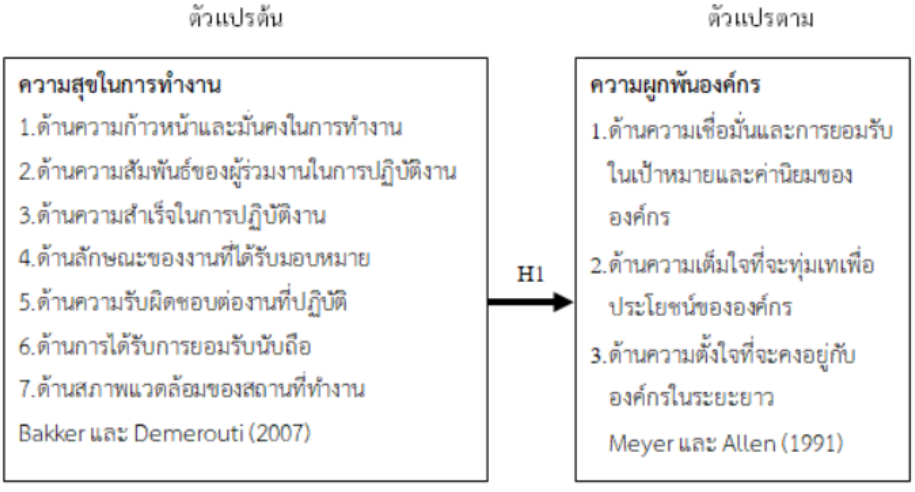
งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับความผูกพันองค์กร

งานวิจัยทั้งในและต่างประเทศส่วนใหญ่รายงานความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความสุขในการทำงานกับความผูกพันองค์กร ตัวอย่างเช่น มณัษนันท์ มัคคะรม และคณะ (2563) พบว่าสภาพแวดล้อมการทำงานและความสมดุลชีวิตกับงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรในมหาวิทยาลัย วราลักษณ์ วุฒิ และกมลวรรณ วรรณธนัง (2566) รายงานว่าแรงจูงใจด้านการยอมรับความสำเร็จของงาน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลส่งผลต่อความผูกพันองค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่วรัฏฐา อ้นถาวร และถิตรัตน์ พิมพาภรณ์ (2567) พบว่าความสุขในการทำงานมีอิทธิพลโดยตรงต่อความผูกพันองค์กร อย่างไรก็ตาม

เมื่อพิจารณาในเชิงสังเคราะห์ พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ใช้การวัดความสุขในการทำงานในลักษณะภาพรวม มากกว่าการวิเคราะห์รายมิติ อีกทั้งบริบทการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในภาครัฐหรือองค์กรการผลิต ขณะที่บริบทธุรกิจค้าปลีก ซึ่งมีลักษณะงานที่เน้นเป้าหมายเชิงปริมาณและแรงกดดันด้านผลการปฏิบัติงาน ยังได้รับการศึกษาอย่างจำกัด และที่สำคัญ คือ กรอบ JD-R Model ชี้ว่าองค์ประกอบบางด้าน เช่น ความสำเร็จในการปฏิบัติงาน อาจทำหน้าที่เป็นทั้งทรัพยากรและความต้องการในงานขึ้นอยู่กับระดับความกดดัน ซึ่งอาจนำไปสู่ผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน นัยดังกล่าวสะท้อนว่าความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับความผูกพันองค์กรอาจไม่เป็นบวกในทุกมิติ และควรได้รับการทดสอบเชิงประจักษ์อย่างจำแนก แนวคิดและทฤษฎีเหล่านี้เป็นฐานสำคัญในการกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ตามแนวคิด/ทฤษฎีของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสุขในการทำงาน และความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีรายละเอียดดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยหลัก (H_1): ปัจจัยความสุขในการทำงานโดยรวมมีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรคือพนักงานเจนเนอเรชั่นวายที่ปฏิบัติงานประจำทุกระดับตำแหน่ง รวมทั้งสิ้น 167 คน โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด (Census Study) เพื่อสะท้อนข้อมูลอย่างครบถ้วนและลดความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ ใช้แบบสอบถามที่พัฒนาจากแนวคิดความสุขในการทำงานของ Bakker และ Demerouti (2007) และความผูกพันองค์กรของ Meyer และ Allen (1991) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ และยึดหลักความสอดคล้องระหว่างนิยามเชิงทฤษฎีกับนิยามเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความตรงเชิงโครงสร้าง เครื่องมือผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67–1.00 และมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach’s Alpha) อยู่ระหว่าง 0.929–0.941 ซึ่งอยู่ในระดับสูง

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลดำเนินการผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Google Forms) โดยเผยแพร่ลิงก์ผ่านช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร (Line Group) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ลดความผิดพลาดในการบันทึกข้อมูล และเพิ่มอัตราการตอบกลับ ได้รับแบบสอบถามครบทั้ง 167 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของประชากรทั้งหมด

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป และใช้สถิติเชิงอนุมานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Enter ภายใต้การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 28-33 ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มากที่สุด และอยู่ในระดับตำแหน่งงาน ระดับพนักงานทั่วไป ส่วนใหญ่มีอายุงาน 1-3 ปี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสุขในการทำงาน โดยรวม อยู่ในระดับมาก (μ = 6.02, σ = 0.81) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบต่องานที่ปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก

ที่สุด (μ = 6.32, σ = 0.75) รองลงมา คือ ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมากที่สุด (μ = 6.28, σ = 0.77) ด้านลักษณะของงานที่ได้รับมอบหมาย อยู่ในระดับมาก (μ = 6.14, σ = 0.87) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ อยู่ในระดับมาก (μ = 6.00, σ = 0.99) ด้านความสัมพันธ์ของผู้ร่วมงานในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก (μ = 5.98, σ = 1.02) ด้านสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงาน อยู่ในระดับมาก (μ = 5.75, σ = 1.11) และด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน อยู่ในระดับมาก (μ = 5.68, σ = 1.34) ตามลำดับ และระดับความคิดเห็นของปัจจัยความผูกพันองค์กรโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (μ = 6.15, σ = 0.92) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กรในระยะยาว อยู่ในระดับมากที่สุด (μ = 6.31, σ = 0.93) รองลงมา คือ ด้านความเต็มใจที่จะทุ่มเทเพื่อประโยชน์ขององค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด (μ = 6.19, σ = 0.91) และด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร อยู่ในระดับมาก (μ = 5.96, σ = 1.19) ตามลำดับ

ก่อนดำเนินการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของแบบจำลอง พบว่าข้อมูลมีความเป็นเส้นตรง ค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงใกล้เคียงปกติและมีความแปรปรวนคงที่ อีกทั้งไม่พบปัญหาความสัมพันธ์กันของค่าความคลาดเคลื่อนและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระในระดับรุนแรง จึงสามารถใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้อย่างเหมาะสม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยความสุขในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร

ปัจจัยความสุขในการทำงาน	ความผูกพันองค์กร			t	p
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	0.84	0.35		2.43	0.016
ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน	0.14	0.04	0.20	3.15**	0.002
ด้านความสัมพันธ์ของผู้ร่วมงานในการปฏิบัติงาน	0.15	0.07	0.17	2.32*	0.022
ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน	-0.23	0.10	-0.19	-2.22*	0.028
ด้านลักษณะของงานที่ได้รับมอบหมาย	-0.06	0.10	-0.05	-0.57	0.568
ด้านความรับผิดชอบต่องานที่ปฏิบัติ	0.52	0.12	0.43	4.50***	0.000
ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	0.09	0.07	0.10	1.28	0.203
ด้านสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงาน	0.27	0.06	0.33	4.47***	0.000
Adjust R Square = 0.695 R Square = 0.707 R = 0.841 Durbin-Watson = 1.977					
Std. Error of the Estimate (S.E) = 0.508 F = 54.93 p-value = 0.000**					

** p < .05 ** p < .01 *** p < .001*

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์พบว่า แบบจำลองมีความเหมาะสม โดยมีค่า R = 0.841 ค่า R Square = 0.707 และค่า Adjusted R Square = 0.695 แสดงว่าปัจจัยความสุขในการทำงานทั้ง 7 ด้านสามารถอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันองค์กรได้ร้อยละ 69.50 ขณะเดียวกันค่า F = 54.93 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (p < .001) สะท้อนว่าแบบจำลองมีความเหมาะสมโดยรวม เมื่อพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรอิสระรายด้าน โดยเรียงลำดับตามขนาดอิทธิพล

จากมากไปน้อย พบว่า ด้านความรับผิดชอบต่องานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กรสูงที่สุด (β = 0.43, p < .001) รองลงมา ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงาน (β = 0.33, p < .001) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน (β = 0.20, p < .01) และด้านความสัมพันธ์ของผู้ร่วมงาน (β = 0.17, p < .05) ตามลำดับ ในขณะเดียวกัน พบว่าด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลเชิงลบต่อความผูกพันองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = -0.19, p < .05) ขณะที่ด้านลักษณะของงานและด้านการได้รับการยอมรับนับถือไม่พบอิทธิพลเชิงนัยสำคัญต่อความผูกพันองค์กร นอกจากนี้ ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของแบบจำลองพบว่า ค่า Durbin–Watson เท่ากับ 1.977 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีความเป็นอิสระต่อกัน และค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.20 ถึง 0.47 ค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ระหว่าง 2.14 ถึง 4.92 ซึ่งไม่เกินเกณฑ์วิกฤติ แสดงว่าไม่มีปัญหา multicollinearity อย่างรุนแรง

อภิปรายผล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ระดับความสุขในการทำงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญสูงสุดกับด้านความรับผิดชอบต่องานและความสำเร็จในการปฏิบัติงาน สะท้อนว่าพนักงานให้คุณค่ากับการได้ใช้ศักยภาพและเห็นผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ลักษณะงานที่หลากหลายและเปิดโอกาสให้เรียนรู้ยังได้รับการประเมินในระดับสูง สอดคล้องกับค่านิยมของเจนเนอเรชั่นวายที่มุ่งเน้นการพัฒนาตนเอง (Lyons et al., 2012) ขณะเดียวกัน ความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและการได้รับการยอมรับจากหัวหน้างานช่วยสร้างบรรยากาศการทำงานที่เกื้อกูล ลดแรงกดดันจากการทำงานในธุรกิจค้าปลีก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวราลักษณ์ วุฒิ และกมลวรรณ วรรณธนัง (2566) และแนวคิด Job Demands–Resources Model ของ Bakker and Demerouti (2007) อย่างไรก็ตาม ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานและความก้าวหน้าในอาชีพ แม้อยู่ในระดับมากแต่มีคะแนนต่ำกว่าด้านอื่น อาจสะท้อนข้อจำกัดด้านทรัพยากรบุคคลและความไม่ชัดเจนของเส้นทางอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับมณัษนันท์ มัคคะรม และคณะ (2563)

ในส่วนของความผูกพันองค์กร พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพนักงานให้ความสำคัญกับความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรและความเต็มใจทุ่มเทเพื่อองค์กร มากกว่าการยอมรับค่านิยมองค์กร สะท้อนถึงความพร้อมของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายที่จะสร้างความภักดี หากองค์กรสามารถสนับสนุนบรรยากาศการทำงานและโอกาสความก้าวหน้าได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความผูกพันองค์กรของ Meyer and Allen (1991) และผลการศึกษาของวรัฏฐา อ้นถาวร และถิตรัตน์ พิมพาภรณ์ (2567) รวมถึงฉัตรแก้ว เล็กวิเชียร และคณะ (2567) ที่ยืนยันบทบาทของความสุขและการมีส่วนร่วมต่อความผูกพันองค์กร

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ปัจจัยความสุขในการทำงานด้านความรับผิดชอบต่องาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ความก้าวหน้าและความมั่นคงในอาชีพ และความสัมพันธ์ของผู้ร่วมงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กร โดยด้านความรับผิดชอบต่องานสะท้อนความรู้สึกเป็นเจ้าของงานและแรงจูงใจภายใน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีลักษณะงาน (Hackman & Oldham, 1976) และงานวิจัยของ Humphrey et al. (2007) ด้านสภาพแวดล้อมการทำงานมีบทบาทสำคัญต่อการลดความเหนื่อยล้าในบริบทธุรกิจค้าปลีก สอดคล้องกับ Bakker and Demerouti (2007) และมณัษนันท์ มัคคะรม

และคณะ (2563) ขณะที่ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงสะท้อนความคาดหวังของแรงงานรุ่นใหม่ต่อเส้นทางอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Perceived Organizational Support (Rhoades & Eisenberger, 2002; Kurtessis et al., 2017) ส่วนด้านความสัมพันธ์ของผู้ร่วมงานมีบทบาทต่อการสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร สอดคล้องกับ Bakker and Demerouti (2007) และ Schaufeli and Bakker (2004)

ในทางตรงกันข้าม ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงานพบอิทธิพลเชิงลบต่อความผูกพันองค์กร ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ในบริบทธุรกิจค้าปลีกที่มีการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณอย่างเข้มข้น เช่น ยอดขายรายวันหรือรายเดือน ความสำเร็จในการทำงานอาจไม่ได้ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจเพียงอย่างเดียว แต่ยังนำไปสู่แรงกดดันจากความคาดหวังที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้พนักงานต้องรักษาหรือยกระดับผลงานอยู่ตลอดเวลา สถานการณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดภาระงานเกิน (Role Overload) และภาวะหมดไฟในการทำงาน (burnout) ซึ่งเกิดจากความต้องการในงานที่สูงเกินกว่าทรัพยากรของบุคคล ส่งผลให้เกิดความเหนื่อยล้าทางอารมณ์และลดทอนความผูกพันต่อองค์กร (Bakker & Demerouti, 2007; Hakanen et al., 2008) โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งให้ความสำคัญกับความสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน เมื่อความสำเร็จนำไปสู่ความคาดหวังที่เพิ่มขึ้น จึงอาจเปลี่ยนบทบาทจากแรงจูงใจเป็นแรงกดดันในระยะยาว สอดคล้องกับ Crawford et al. (2010) ที่ชี้ให้เห็นว่าความต้องการในงานบางลักษณะสามารถส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติของพนักงานได้

สำหรับด้านลักษณะของงานและด้านการได้รับการยอมรับนับถือ แม้ไม่พบอิทธิพลเชิงนัยสำคัญทางสถิติ แต่สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยดังกล่าวมีบทบาทเป็นแรงสนับสนุนทางจิตใจมากกว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความผูกพันองค์กร ในบริบทที่องค์กรให้ความสำคัญกับผลการปฏิบัติงานเชิงปริมาณ เช่น ยอดขายหรือผลลัพธ์รายบุคคล การยอมรับในรูปแบบของคำชมหรือการยกย่องอาจมีน้ำหนักน้อยกว่าผลตอบแทนที่เป็นรูปธรรม เช่น ค่าตอบแทนหรือโบนัส นอกจากนี้ ลักษณะงานที่มีความเป็นมาตรฐานและมีขอบเขตหน้าที่ชัดเจน อาจทำให้พนักงานมองว่างานเป็นหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ มากกว่าปัจจัยที่สร้างความผูกพันเชิงอารมณ์ จึงไม่ปรากฏอิทธิพลเชิงสถิติ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยทั้งสองยังมีความสำคัญในเชิงคุณภาพ โดยช่วยเสริมแรงจูงใจ ความภาคภูมิใจในงาน และความพึงพอใจของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอภิษฐา อยู่พร้อม และคณะ (2568) และวรัฏฐา อ้นถาวร และถิตรัตน์ พิมพาภรณ์ (2567)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สร้างองค์ความรู้ใหม่ทั้งในเชิงแนวคิดและบริบท โดยชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับความผูกพันองค์กรมิได้เป็นเชิงบวกในทุกมิติ แต่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของบริบทการทำงาน โดยเฉพาะด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ซึ่งพบว่ามีอิทธิพลเชิงลบต่อความผูกพันองค์กร สะท้อนว่าในธุรกิจค้าปลีกที่เน้นผลลัพธ์เชิงปริมาณ ความสำเร็จอาจกลายเป็นแรงกดดันมากกว่าทรัพยากรเชิงแรงจูงใจ

นอกจากนี้ งานวิจัยได้เสนอกรอบอธิบายใหม่ โดยจำแนกมิติของความสุขในการทำงานออกเป็นสองบทบาทเชิงหน้าที่ ได้แก่ มิติที่เป็นทรัพยากรในงานซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อความผูกพันองค์กร เช่น ความรับผิดชอบต่องาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ความสัมพันธ์ของผู้ร่วมงาน และความก้าวหน้าในอาชีพ และมิติที่อาจแปรเปลี่ยนเป็นความต้องการในงานภายใต้เงื่อนไขบางประการ เช่น ความสำเร็จในการปฏิบัติงานในบริบทที่มีแรงกดดันสูง ซึ่งช่วยขยายการประยุกต์ใช้แบบจำลอง Job Demands–Resources ในบริบทองค์กรค้าปลีกไทย

งานวิจัยยังพบว่า สำหรับแรงงานเจนเนอเรชั่นวายในธุรกิจค้าปลีก ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่องานและสภาพแวดล้อมการทำงานมีอิทธิพลสูงสุดต่อความผูกพันองค์กร มากกว่าปัจจัยด้านลักษณะงานหรือการได้รับการยอมรับ ซึ่งสะท้อนความเฉพาะของบริบทอุตสาหกรรม

โดยสรุป การอธิบายว่าความสุขในการทำงานมีผลต่อความผูกพันองค์กรในลักษณะเชิงเงื่อนไข โดยขึ้นอยู่กับบทบาทของแต่ละมิติภายใต้บริบทของการทำงาน ซึ่งช่วยเติมเต็มช่องว่างทางทฤษฎีและขยายความเข้าใจในพฤติกรรมองค์กรของแรงงานรุ่นใหม่ในธุรกิจค้าปลีกของประเทศไทยดังแสดงในแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์เชิงบริบทระหว่างความสุขในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรในธุรกิจค้าปลีก

หมายเหตุ: ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากผลการวิจัย โดยใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์ (ChatGPT, OpenAI) เพื่อช่วยในการออกแบบและจัดทำแผนภาพเพื่อการนำเสนอเชิงกราฟิก

สรุป

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสุขในการทำงาน ความผูกพันองค์กร และอิทธิพลของความสุขในการทำงานต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า พนักงานมีความสุขในการทำงานอยู่ในระดับมาก และมีความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะด้านความตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กร ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยความสุขในการทำงานสามารถอธิบายความผูกพันองค์กรได้ร้อยละ 69.50 โดยด้านความรับผิดชอบต่องานมีอิทธิพลสูงที่สุด รองลงมาคือด้านสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงาน ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคง และด้านความสัมพันธ์ของผู้ร่วมงาน ขณะที่

ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ และด้านลักษณะงานและการได้รับการยอมรับนับถือไม่พบอิทธิพลเชิงนัยสำคัญ ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า การเสริมสร้างความผูกพันองค์กรในธุรกิจค้าปลีกควรมุ่งเน้นปัจจัยด้านความรับผิดชอบ สภาพแวดล้อม และความมั่นคงในงาน ควบคู่กับการปรับระบบเป้าหมายและการประเมินผลเพื่อลดแรงกดดันจากความสำเร็จในงาน ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ด้านความรับผิดชอบต่องาน องค์กรควรออกแบบงานให้มีบทบาทหน้าที่ชัดเจน เปิดโอกาสให้พนักงานมีอำนาจตัดสินใจในระดับที่เหมาะสม และรับรู้ผลลัพธ์ของงาน เพื่อเสริมสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของงานและความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว

1.2 ด้านสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงาน องค์กรควรพัฒนาทั้งสภาพแวดล้อมทางกายภาพและจิตสังคมให้เอื้อต่อการทำงาน เช่น ความปลอดภัย การสื่อสารที่เปิดกว้าง และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน เพื่อลดความตึงเครียดและเพิ่มทรัพยากรในการทำงาน

1.3 ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน องค์กรควรกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าอย่างชัดเจน มีระบบประเมินผลที่โปร่งใส และเชื่อมโยงผลการปฏิบัติงานกับโอกาสพัฒนาเพื่อสร้างความมั่นใจในอนาคตอาชีพ โดยเฉพาะในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

1.4 ด้านความสัมพันธ์ของผู้ร่วมงาน องค์กรควรส่งเสริมการทำงานเป็นทีม การสื่อสารอย่างเคารพ และพัฒนาภาวะผู้นำของหัวหน้างาน เพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานที่สนับสนุนและลดความขัดแย้ง

1.5 ด้านความสำเร็จในการปฏิบัติงาน องค์กรควรปรับตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานจากการเน้นเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ไปสู่การใช้ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพและการพัฒนา เช่น คุณภาพบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และการพัฒนาทักษะ เพื่อลดแรงกดดันและเสริมความผูกพัน

1.6 ด้านลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย แม้ไม่พบอิทธิพลเชิงสถิติ แต่ควรออกแบบงานให้มีความหลากหลายและท้าทาย เพื่อรักษาแรงจูงใจและความพึงพอใจในระยะยาว

1.7 ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ แม้ไม่พบอิทธิพลเชิงสถิติอย่างชัดเจน องค์กรควรรักษาระบบการยกย่องชมเชยที่เป็นธรรมและโปร่งใส เพื่อเสริมแรงจูงใจและความผูกพันทางจิตใจ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาความสัมพันธ์เชิงไม่เป็นเส้นตรงของความสำเร็จในการปฏิบัติงาน โดยทดสอบแบบจำลองเชิงโค้ง เพื่ออธิบายว่าความสำเร็จในระดับที่เหมาะสมอาจส่งผลเชิงบวก แต่เมื่อสูงเกินไปอาจกลายเป็นแรงกดดันที่ลดความผูกพัน และช่วยขยายกรอบทฤษฎี Job Demands–Resources

2.2 ควรศึกษากลไกเชิงสาเหตุผ่านตัวแปรส่งผ่าน เช่น ความเหนื่อยล้าเชิงอารมณ์ ความรู้สึกเป็นเจ้าของงาน หรือความผูกพันในงาน เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความสุขในการทำงานกับความผูกพันองค์กรอย่างเป็นระบบและชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ฉัตรแก้ว เล็กวิเชียร, ชนม์ณัฐชา กังวานศุภพันธ์, และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์. (2567). ความสุขในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากรสำนักงานเทศบาล ในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 26*(3), 137–151. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/282272/186570

มณัษนันท์ มัคคะรม, สุรศักดิ์ แก้วคำแสน, และสุวารี เขียนคำ. (2563). การศึกษาปัจจัยในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กร: กรณีศึกษาสำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ใน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น (บ.ก.), *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 20* (น. 938–949). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วรัฏฐา อ้นถาวร และถิตรัตน์ พิมพาภรณ์. (2567). อิทธิพลของความสุขในการทำงาน การนำเสนอคุณค่าของพนักงานและการรับรู้ความยุติธรรมในองค์การต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 10*(2), 168–176. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/scaj/article/view/269480

วราลักษณ์ วุฒิ และกมลวรรณ วรรณธนัง (2566). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากร สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/truhusocjo/article/view/267297/175724

อภิษฐา อยู่พร้อม, สุธรรม พงศ์สำราญ และอิงอร ตั้นพันธ์. (2568). ปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงาน ความสุขในการทำงาน ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท ABC. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 12*(2), 204–212. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/285191

Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job demands–resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology, 22*(3), 309–328. https://doi.org/10.1108/02683940710733115

Crawford, E. R., LePine, J. A., & Rich, B. L. (2010). Linking job demands and resources to employee engagement and burnout: A theoretical extension and meta-analytic test. *Journal of Applied Psychology, 95*(5), 834–848. https://doi.org/10.1037/a0019364

Fisher, C. D. (2010). Happiness at work. *International Journal of Management Reviews, 12*(4), 384–412. https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00270.x

Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation through the Design of Work Test of a Theory. *Organizational Behavior and Human Performance, 16*(2), 250–279. https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90016-7

Hakanen, J. J., Schaufeli, W. B., & Ahola, K. (2008). The job demands–resources model: A three-year cross-lagged study of burnout, depression, commitment, and work

engagement. *Work & Stress, 22*(3), 224–241. https://doi.org/10.1080/02678370802379432

Humphrey, S. E., Nahrgang, J. D., & Morgeson, F. P. (2007). Integrating motivational, social, and contextual work design features: A meta-analytic summary and theoretical extension of the work design literature. *Journal of Applied Psychology, 92*(5), 1332–1356. https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.5.1332

Kurtessis, J. N., Eisenberger, R., Ford, M. T., Buffardi, L. C., Stewart, K. A., & Adis, C. S. (2017). Perceived organizational support: A meta-analytic evaluation of organizational support theory. *Journal of Management, 43*(6), 1854–1884. https://doi.org/10.1177/0149206315575554

Lyons, S. T., Ng, E. S., & Schweitzer, L. (2012). *Managing the New Workforce: International Perspectives on the Millennial Generation.* Edward Elgar.

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

PricewaterhouseCoopers. (2023, June 26). *PwC Thailand reveals that 30% of Thai workers plan to change jobs in 2023*. Retrieved from https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2023/press-release-26-06-23-en.html

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

Schaufeli, W. B. & Bakker, A. B. (2004). Job resources, and their relationship with burnout and engagement: a multi–sample study. *Journal of Organizational Behavior, 25*, 293–315. https://doi.org/10.1002/job.248

องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา

COMPONENTS AND INDICATORS OF SOCIAL INTELLIGENCE AMONG SECONDARY SCHOOL STUDENTS

พลพีระ วงศ์พรประทีป*, กิตติชัย สุธาสิโนบล และศุภวรรณ สัจจพิบูล
Ponpeera Wongpornpratheep*, Kittichai Suthasinobon and Suppawan Satjapiboon
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Faculty of Education, Srinakharinwirot University
*Corresponding Author E-mail: ponpeera.w@gmail.com
Received January 2, 2026; **Revised** April 12, 2026; **Accepted** April 17, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา 2) ประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญในการให้การสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 8 ท่านโดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ และผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา จำนวน 5 ท่าน โดยเลือกแบบเจาะจง ใช้การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา สถิติเชิงบรรยายในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก 6 องค์ประกอบย่อย 7 ตัวบ่งชี้ ดังนี้ 1. ความตระหนักรู้ทางสังคม ประกอบด้วย ความตระหนักรู้ในตนเอง มี 2 ตัวบ่งชี้ การรับรู้เข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น มี 1 ตัวบ่งชี้ และความตระหนักในคุณค่าจริยธรรมสากล มี 1 ตัวบ่งชี้ 2. การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ประกอบด้วย ความสามารถในการกำกับตนเอง มี 1 ตัวบ่งชี้ ความสามารถในการเข้าร่วมและคำนึงถึงบุคคลอื่น มี 1 ตัวบ่งชี้ และความสามารถในการนำกลุ่มบุคคล มี 1 ตัวบ่งชี้ 2) ความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.12 และองค์ประกอบมีความเหมาะสมโดยมีค่าสูงกว่าเกณฑ์การประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ที่กำหนดไว้ที่ระดับ 3.50 ขึ้นไป

คำสำคัญ: องค์ประกอบและตัวบ่งชี้, ความฉลาดทางสังคม, ผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา

Abstract

This article aimed to 1) examine the components and indicators of social intelligence among secondary school students and 2) evaluate the appropriateness of the components and the indicators of social intelligence for secondary school students. The study employed an exploratory research design using both qualitative and quantitative methods. The participants were selected through purposive sampling and divided into two groups. The first group consisted of 8 experts who took part in in-depth interviews, from which qualitative data were collected. The second group consisted of 5 experts who evaluated the appropriateness of the components and indicators of social intelligence among secondary school students, and quantitative data were collected. The research instruments included a semi-structured interview form and an evaluation form for assessing the appropriateness of the components and indicators of social intelligence among secondary school students. Data were analyzed using content analysis and descriptive statistics, including mean and standard deviation.

The findings revealed that social intelligence among secondary school students comprises two components, six sub-components, and seven indicators. Social awareness, the first component, consisted of self-awareness (2 indicators), recognizing and understanding others' emotions and feelings (1 indicator), and awareness of universal ethical values (1 indicator). Social interaction, the second component, consisted of self-regulation (1 indicator), the ability to engage with and show consideration for others (1 indicator), and leadership (1 indicator). Furthermore, the overall appropriateness of the components and indicators was rated at the highest level (M = 4.94, SD = 0.12). All components exceeded the established criterion of 3.50, indicating that they were highly appropriate.

Keywords: Components and indicators, Social Intelligence, Secondary school students

บทนำ

การเรียนรู้ทางอารมณ์และสังคมเป็นสิ่งที่ทุกคนควรให้ความตระหนักและนำมาประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้ในการอยู่ร่วมกันในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยของผู้เรียน การนำความรู้ ทักษะ และเจตคติที่ได้รับมาปรับใช้ในการพัฒนาความเป็นตนเอง และแสดงออกได้อย่างเหมาะสม การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นสิ่งที่สำคัญและส่งผลต่อการใช้ชีวิตและทำให้การอยู่ร่วมกันในสังคมเป็นไปอย่างมีความสุข (Niemi, 2020) หากวิเคราะห์สถานการณ์โลกในปัจจุบันจะพบว่าปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการทำงานของมนุษย์เป็นอย่างมากซึ่งมีความสามารถเทียบเท่าได้กับสมรรถนทักษะ (Hard Skills) หรือทักษะเฉพาะทางในการทำงานของมนุษย์ แต่อย่างไรก็ตามจรณทักษะ (Soft Skills) ก็ยังนับได้ว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากไม่น้อยไปกว่าการมีสมรรถนทักษะ กล่าวคือหากมองในมุมมองของการทำงานจะพบว่า

ผลสำเร็จในการทำงานเป็นผลมาจากจรณทักษะ หรือการที่มนุษย์มีทักษะทางสังคมและมนุษยสัมพันธ์คิดเป็นร้อยละ 85 ในขณะที่สมรรถนะทักษะหรือความสามารถทางเทคนิคและความรู้ คิดเป็นเพียงร้อยละ 15 (Okoronkwo, 2024) นอกจากนี้จรณทักษะหรือทักษะทางสังคมอันประกอบด้วยความสามารถในการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ความสามารถในการสื่อสาร และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ล้วนส่งผลต่อบรรยากาศและประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่นอกเหนือจากการมีความรู้ความสามารถในวิชาชีพเฉพาะทางเพียงอย่างเดียว (Fitzgerald, 2025) เมื่อวิเคราะห์ถึงข้อมูลสำคัญในระดับชาติ อาทิ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 จะพบว่าสาระสำคัญของแผนฯเกี่ยวข้องกับแนวคิด Resilience “ล้มแล้ว ลุกไว” (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญในการเผชิญหน้ากับปัญหา การแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที พร้อมทั้งปรับตัวไปตามสถานการณ์โลก และการให้ความสำคัญกับเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (ศิริมา ทองสว่าง, 2567) นอกจากนี้หากมองในมิติการเตรียมกำลังคนให้มีสมรรถนะสูงขึ้นในการทำงานในอนาคตนั้น สมรรถนะกำลังคนระดับสูงและทักษะที่ต้องการในยุคหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ประกอบด้วย สมรรถนะด้านความเป็นมนุษย์และความสัมพันธ์ สมรรถนะความฉลาดรู้ด้านความเป็นมนุษย์และเคารพความเป็นมนุษย์ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2566) นอกจากนี้ได้มีการวิจัยเกี่ยวกับกรอบทักษะในศตวรรษที่ 21 และ E-Training Platform เพื่อพัฒนาความสามารถของครูในการจัดการเรียนรู้ทักษะที่จำเป็นต่อชีวิตสำหรับผู้เรียนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่าผลลัพธ์ระยะยาวที่คนรุ่นใหม่คาดหวังจากการไปโรงเรียนมากที่สุด คือ การมีทักษะการปรับตัว และรองลงมาคือการรู้จักตัวเองและเป็นตัวของตัวเอง (พร้อมพิไล บัวสุวรรณ, 2566) ซึ่งจากข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าจรณทักษะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการรู้จักตนเอง การอยู่ร่วมกับผู้อื่น และการปรับตัวในการอยู่ร่วมกันในสังคม หรือที่เรียกว่า “ความฉลาดทางสังคม” (Social Intelligence) นั่นเอง

จากความสำคัญของทักษะที่พึงมีข้างต้นหรือการศึกษาเรื่องความฉลาดทางสังคม ปัจจุบันยังพบว่า ผู้เรียนยังขาดทักษะดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ยกตัวอย่างปัญหาที่เด่นชัด เช่น งานวิจัยส่วนใหญ่พบว่าการข่มเหงรังแกทางโลกไซเบอร์โดยส่วนใหญ่เกิดกับผู้เรียนในช่วงมัธยมศึกษาซึ่งเป็นช่วงวัยรุ่น และมีวัยรุ่นประมาณร้อยละ 20-40 เคยเป็นเหยื่อการข่มเหงรังแกทางโลกไซเบอร์ (คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2566) นอกจากนี้ปัญหาที่พบอาจไม่ได้มีเพียงแค่ในโลกออนไลน์เท่านั้น ในชีวิตจริงการใช้ชีวิตของผู้เรียนในโรงเรียนอาจได้รับการถูกปฏิบัติที่ไม่พึงประสงค์เท่าที่ควร เช่น ถูกล้อเลียนเรื่องครอบครัว รูปร่างหน้าตาและบุคลิก ถูกทำร้ายร่างกาย รวมถึงถูกกระทำให้รู้สึกด้อยกว่าคนอื่น เป็นต้น (ภานุวัฒน์ ปานเกตุ, 2568) ฉะนั้นจากปัญหาข้างต้นการศึกษาเรื่องความฉลาดทางสังคมจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและมีความจำเป็นเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นผลมาจากการที่ผู้เรียนยังขาดความตระหนักรู้ทางสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ต่อผู้อื่นที่ไม่ถูกแนวทางเท่าที่ควร นอกจากนี้ปัญหาที่เกิดขึ้นหากมองในมิติกว้างขึ้น การใช้ชีวิตในสังคมต้องมองในลักษณะองค์รวมและรอบด้านแต่จุดสนใจของผู้เรียนในยุคปัจจุบันอาจอยู่เพียงแค่ในเรื่องที่เขาสนใจเท่านั้น (พัชราภา ตันติชูเวช, 2566) ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยในปัจจุบันพบว่าได้มีการศึกษาเกี่ยวกับความฉลาดทางสังคมในวงการวิชาชีพต่าง ๆ หากมองในด้านการศึกษามักจะพบว่าเป็นการศึกษาในมิติเฉพาะในบริบทที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในชั้นเรียนหรือบริบทแวดล้อมใกล้ตัวเป็นส่วนมาก แต่ยังมิได้มีการใช้การศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนมาใช้ในการศึกษาควบคู่กับตัวแปรความฉลาดทางสังคมซึ่งเป็น

มิติที่มีความสำคัญในระดับโลกอย่างแพร่หลาย ซึ่งผู้วิจัยมองว่าเป็นประเด็นร่วมสมัยที่มีความสำคัญที่ควรนำมาศึกษาและสร้างผู้เรียนให้มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง พร้อมทั้งสร้างความเป็นพลเมืองโลกให้เกิดขึ้นในสังคมยุคปัจจุบันอย่างยั่งยืน หากกล่าวถึงแก่นของการศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนจะพบว่าเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความรู้ ทักษะ ค่านิยม ความตระหนัก เพื่อให้คนในสังคมร่วมกันแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมอย่างสมดุล ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (กมล รอดคล้าย, 2568) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เนื่องจากเป็นสิ่งที่สำคัญในระดับโลกที่ทุกคนควรตระหนักและควรทำความเข้าใจเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวมโดยคำนึงถึงมิติสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สันติภาพและสถาบัน และหุ้นส่วนการพัฒนา โดยมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของโลกในปี ค.ศ.2030 ร่วมกัน (สภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564) และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่สุด เพราะฉะนั้นการพัฒนาความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะมิได้คำนึงถึงแค่ตนเอง หากแต่เป็นการคำนึงถึงผู้อื่นจนเกิดความตระหนักตั้งแต่ระดับใกล้ตัวจนถึงระดับสากล

งานวิจัยนี้จึงมีแนวคิดสำคัญในการนำเสนอการศึกษาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาเพื่อที่จะเสริมสร้างความฉลาดทางสังคมให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนทั้งในมิติตนเอง สังคม ตลอดจนคำนึงถึงประเทศชาติ ดังสะท้อนให้เห็นจากการให้ความสำคัญในการเคารพตนเอง การคำนึงถึงผู้อื่น และการใช้การศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนมาเป็นตัวขับเคลื่อนไปสู่การวางแผนการออกแบบการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือจรณทักษะอีกทั้งมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการอยู่ร่วมกันในสังคมและประเทศชาติอย่างมีความสุขและเกิดความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา
2. เพื่อประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของความฉลาดทางสังคม

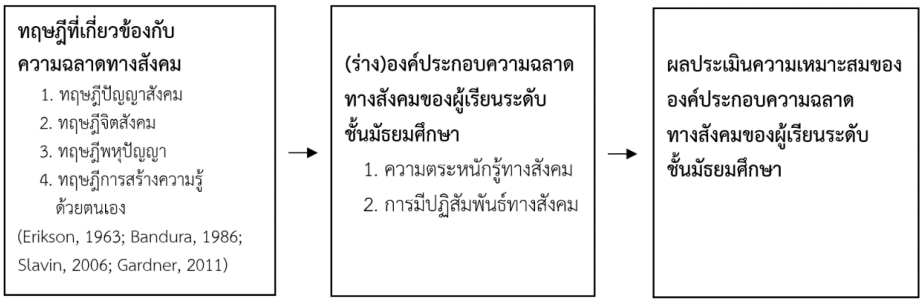
ความฉลาดทางสังคม หมายถึง ความสามารถในการทำความเข้าใจบุคคลอื่นตลอดจนการแสดงพฤติกรรมอย่างชาญฉลาดในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Thorndike, 1920) ความฉลาดทางสังคมเป็นความสามารถในการเข้าสังคม และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข โดยบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ (Goleman, 2006) โดยสรุปความหมายของความฉลาดทางสังคมที่ผู้วิจัยได้สังเคราะห์และนำมาใช้ซึ่งเหมาะสมกับบริบทของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาคือความสามารถในการตระหนักรู้ของบุคคลกับการใช้ทักษะทางสังคมต่อการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับบุคคลอื่นโดยมีการจัดการกับสถานการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบของความฉลาดทางสังคม

องค์ประกอบของความฉลาดทางสังคมมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งช่วยให้บุคคลคนหนึ่งสามารถเข้าใจและจัดการกับสถานการณ์ทางสังคมที่เผชิญได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย ความตระหนักรู้ทางสังคม และการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Goleman, 2006) นอกจากนี้ยังพบว่าเป็นส่วนหนึ่งของปัญญาด้านมนุษยสัมพันธ์ ประกอบด้วย ความสามารถในการเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น การปรับตัวให้เข้ากับบริบททางสังคม การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาว ความเข้าใจในโครงสร้างทางสังคม (Gardner, 2011) จากการสังเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย สรุปได้ว่าองค์ประกอบของความฉลาดทางสังคม ประกอบด้วย 1. ความตระหนักรู้ทางสังคม และ 2. การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากทั้งสององค์ประกอบได้มีความครอบคลุมความฉลาดทางสังคมของผู้เรียน กล่าวคือ ความตระหนักรู้ทางสังคมเป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคล จะต้องมีการกลั่นกรองหรือพินิจพิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนก่อนการแสดงออกทางพฤติกรรม สำหรับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเป็นสิ่งที่ผู้เรียนสามารถแสดงพฤติกรรมออกมาต่อผู้อื่นได้อย่างเหมาะสมและถูกต้องตามกาลเทศะ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความฉลาดทางสังคมเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยโดยแสดงกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังแผนภาพที่ 1 ต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีการแบ่งผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญในการให้การสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 8 ท่าน และ 2) ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา จำนวน 5 ท่าน ซึ่งคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 กลุ่ม ประกอบด้วย มีผลงานทางวิชาการเป็นที่ยอมรับ มีความเชี่ยวชาญในด้านความฉลาดทางสังคมของผู้เรียน โดยหาก

เป็นครูผู้สอนในระดับชั้นมัธยมศึกษาจะต้องมีวุฒิทางการศึกษาในระดับมหาบัณฑิต มีวิทยฐานะครูชำนาญการพิเศษขึ้นไป และหากเป็นอาจารย์ผู้สอนในระดับอุดมศึกษาจะต้องมีวุฒิทางการศึกษาในระดับดุษฎีบัณฑิต มีตำแหน่งทางวิชาการตั้งแต่ระดับผู้ช่วยศาสตราจารย์ขึ้นไป โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 กลุ่ม จะต้องมีประสบการณ์ในการสอนหรือการทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา โดยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 5 ท่าน โดยผ่านการประเมินความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) มีค่าเท่ากับ 1.00 และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

2. แบบประเมินความเหมาะสมเกี่ยวกับองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา โดยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยผ่านการประเมินความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน มีค่าเท่ากับ 1.00 และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา โดยผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง โดยการวิเคราะห์เอกสารหลังจากนั้นผู้วิจัยได้เขียนสังเคราะห์ข้อมูลผนวกกับใช้ข้อมูลที่อิงจากผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 8 ท่าน เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา

2. การประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 8 ท่าน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ผนวกกับนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญ มาทำการสังเคราะห์ข้อมูล จัดเรียงหมวดหมู่ข้อมูลให้เป็นระบบ และสรุปข้อมูลในการสร้างเป็นองค์ประกอบความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา

2. แบบประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา วิเคราะห์โดยการใช้ผลจากการตอบแบบประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของคะแนนที่มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากขึ้นไป โดยมีการแปลผลระดับคุณภาพ (มาเรียม นิลพันธุ์, 2555) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 4.50-5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 3.50-4.49 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยของคะแนน 2.50-3.49 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.50-2.49 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยของคะแนน 1.00-1.49 หมายถึง มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก 6 องค์ประกอบย่อย และ 7 ตัวบ่งชี้ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	ตัวบ่งชี้
1. ความตระหนักรู้ทางสังคม	1.1 ความตระหนักรู้ในตนเอง	1.1.1 ผู้เรียนสามารถทำความเข้าใจตนเอง รู้อารมณ์ความรู้สึกของตนเอง รู้บทบาทหน้าที่ของตนเอง โดยปฏิบัติตามสิ่งที่ได้รับมอบหมาย อีกทั้งสามารถแสดงออกถึงพฤติกรรมของตนเองได้อย่างเหมาะสมกับกาลเทศะ 1.1.2 ผู้เรียนสามารถทำความเข้าใจประเด็นเรื่องราวทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งสืบเสาะหาความรู้อย่างมีหลักการด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ
	1.2 การรับรู้เข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น	1.2.1 ผู้เรียนสามารถแสดงออกโดยการรับรู้ เข้าใจ อารมณ์ความรู้สึก มุมมอง และความต้องการของผู้อื่นโดยแสดงออกถึงการเป็นผู้ฟังที่ดีด้วยสีหน้า แววตา การตอบรับ และท่าทางที่เหมาะสม
	1.3 ความตระหนักในคุณค่าจริยธรรมสากล	1.3.1 ผู้เรียนสามารถแสดงออกในการทำความเข้าใจการเคารพสิทธิของผู้อื่น โดยไม่เลือกปฏิบัติในความแตกต่างทั้งในเรื่องเพศ เชื้อชาติ ศาสนา และสังคม
2. การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	2.1 ความสามารถในการกำกับตนเอง	2.1.1 ผู้เรียนสามารถควบคุมความรู้สึก ความคิดให้สามารถสื่อสารหรือแสดงออกได้อย่างเหมาะสม และไม่แสดงพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ในเรื่องที่ตนเองมีความรู้สึก ความคิดหรือได้รับผลกระทบในเรื่องที่ไม่เหมาะสมได้
	2.2 ความสามารถในการเข้าร่วมและคำนึงถึงบุคคลอื่น	2.2.1 ผู้เรียนสามารถสร้างสัมพันธภาพ ปฏิบัติกิจกรรมทั้งในรูปแบบรายบุคคล กิจกรรมกลุ่ม ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่นและไม่เกิดความขัดแย้ง โดยไตร่ตรองการแสดงพฤติกรรมของตนเองต่อผู้อื่นเสมอ
	2.3 ความสามารถในการนำกลุ่มบุคคล	2.3.1 ผู้เรียนสามารถแสดงออกถึงภาวการณ์เป็นผู้นำหรือทำหน้าที่เป็นผู้นำในกลุ่มให้เป็นไปได้ด้วยดี โดยปราศจากการบังคับ เป็นผู้รับฟังที่ดี เสนอแนะสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้กับกลุ่ม รวมทั้งสามารถจัดการความขัดแย้งเมื่อเกิดขึ้นได้

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก 6 องค์ประกอบย่อย และ 7 ตัวบ่งชี้ โดยพบว่าองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย และตัวบ่งชี้ล้วนมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ องค์ประกอบหลัก คือ ความตระหนักรู้ทางสังคม ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย คือ ความตระหนักรู้ในตนเอง การรับรู้เข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น ความตระหนักในคุณค่าจริยธรรมสากล สำหรับองค์ประกอบหลักด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย คือ ความสามารถในการกำกับตนเอง ความสามารถในการเข้าร่วมและคำนึงถึงบุคคลอื่น และความสามารถในการนำกลุ่มบุคคล

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ผลการตรวจสอบยืนยันจากการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยภาพรวมมีระดับความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความเหมาะสม
องค์ประกอบหลักที่ 1 ความตระหนักรู้ทางสังคม			
1.1 ความตระหนักรู้ในตนเอง			
ผู้เรียนสามารถทำความเข้าใจตนเอง รู้อารมณ์ความรู้สึกของตนเอง รู้บทบาทหน้าที่ของตนเอง โดยปฏิบัติตามสิ่งที่ได้รับมอบหมาย อีกทั้งสามารถแสดงออกถึงพฤติกรรมของตนเองได้อย่างเหมาะสมกับกาลเทศะ	5.00	0.00	มากที่สุด
ผู้เรียนสามารถทำความเข้าใจประเด็นเรื่องราวทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งสืบเสาะหาความรู้อย่างมีหลักการด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ	4.80	0.40	มากที่สุด
1.2 การรับรู้เข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของผู้อื่น			
ผู้เรียนสามารถแสดงออกโดยการรับรู้ เข้าใจ อารมณ์ความรู้สึก มุมมอง และความต้องการของผู้อื่นโดยแสดงออกถึงการเป็นผู้ฟังที่ดีด้วยสีหน้า แววตา การตอบรับ และท่าทางที่เหมาะสม	5.00	0.00	มากที่สุด
1.3 ความตระหนักในคุณค่าจริยธรรมสากล			
ผู้เรียนสามารถแสดงออกในการทำความเข้าใจ การเคารพสิทธิของผู้อื่น โดยไม่เลือกปฏิบัติในความแตกต่างทั้งในเรื่องเพศ เชื้อชาติ ศาสนา และสังคม	5.00	0.00	มากที่สุด
เฉลี่ย	**4.95**	**0.10**	**มากที่สุด**

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความเหมาะสม
องค์ประกอบหลักที่ 2 การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม			
2.1 ความสามารถในการกำกับตนเอง			
ผู้เรียนสามารถควบคุมความรู้สึก ความคิดให้สามารถสื่อสารหรือแสดงออกได้อย่างเหมาะสม และไม่แสดงพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ในเรื่องที่ตนเองมีความรู้สึก ความคิด หรือได้รับผลกระทบในเรื่องที่ไม่เหมาะสมได้	4.80	0.40	มากที่สุด
2.2 ความสามารถในการเข้าร่วมและคำนึงถึงบุคคลอื่น			
ผู้เรียนสามารถสร้างสัมพันธภาพ ปฏิบัติกิจกรรมทั้งในรูปแบบรายบุคคล กิจกรรมกลุ่ม ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น และไม่เกิดความขัดแย้ง โดยไตร่ตรองการแสดงพฤติกรรมของตนเองต่อผู้อื่นเสมอ	5.00	0.00	มากที่สุด
2.3 ความสามารถในการนำกลุ่มบุคคล			
ผู้เรียนสามารถแสดงออกถึงภาวะการเป็นผู้นำหรือทำหน้าที่เป็นผู้นำในกลุ่มให้เป็นไปได้ด้วยดี โดยปราศจากการบังคับ เป็นผู้รับฟังที่ดี เสนอแนะสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้กับกลุ่ม รวมทั้งสามารถจัดการความขัดแย้งเมื่อเกิดขึ้นได้	5.00	0.00	มากที่สุด
เฉลี่ย	**4.93**	**0.13**	**มากที่สุด**
เฉลี่ยรวม	**4.94**	**0.12**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา องค์ประกอบด้านความตระหนักรู้ทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.10 สำหรับองค์ประกอบด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.13 และในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.12 ซึ่งมีผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก 6 องค์ประกอบย่อย และ 7 ตัวบ่งชี้ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบความฉลาดทางสังคม จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งตรวจสอบยืนยันองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและระดับอุดมศึกษาเพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการวิจัย ผลปรากฏว่ามีแนวคิด

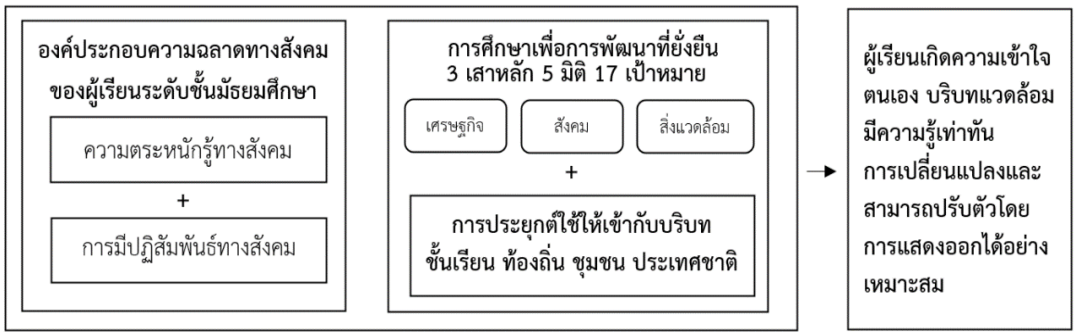
ที่สอดคล้องกัน ซึ่งจากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ว่า องค์ประกอบหลักของความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาแบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบหลัก คือ 1. องค์ประกอบด้านความตระหนักรู้ทางสังคม และ 2. องค์ประกอบด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม สอดคล้องกับที่นักจิตวิทยาและนักการศึกษาที่กล่าวถึงองค์ประกอบหลักของความฉลาดทางสังคมไว้ว่าประกอบด้วย การตระหนักรู้ทางสังคม (Social Awareness) และ การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Facility) (Goleman, 2006) ซึ่งมีความสอดคล้องกัน สำหรับองค์ประกอบย่อยของด้านความตระหนักรู้ทางสังคมนั้น สะท้อนให้เห็นว่าเป็นองค์ประกอบที่อยู่ภายในตัวบุคคลซึ่งต้องมีการกลั่นกรองก่อนที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาต่อผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม ในส่วนขององค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบด้านการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เป็นพฤติกรรมการแสดงออกต่อบุคคลอื่นได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการมีทักษะในการเข้าร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นยังสอดคล้องกับที่นักจิตวิทยาและนักการศึกษาได้กล่าวไว้ว่าประกอบด้วยการตระหนักรู้สถานการณ์ทางสังคม การแสดงออกที่เหมาะสม การแสดงความจริงใจในการแสดงออก ความชัดเจนในการแสดงออก และความเห็นอกเห็นใจ (Albrecht, 2006) อีกด้วย จากองค์ประกอบของความฉลาดทางสังคม อาจกล่าวได้ว่าความฉลาดทางสังคมเป็นสิ่งที่สะท้อนมนุษยสัมพันธ์ของบุคคลคนหนึ่งกับบุคคลอื่นเนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของมนุษย์ การได้ศึกษาและมีความเข้าใจในเรื่องนี้จะช่วยทำให้เข้าใจตนเองและผู้อื่นมากยิ่งขึ้น ทำให้เข้าใจว่าเพราะเหตุผลใดบุคคลจึงคิดและกระทำเช่นนั้น เนื่องจากมนุษยสัมพันธ์เป็นเรื่องละเอียดอ่อนจึงจำเป็นที่จะต้องอาศัยการศึกษาให้เข้าใจและนำมาประยุกต์ใช้อย่างมีศิลปะและหากนำมาได้ใช้อย่างถูกต้องก็จะเกิดผลดีเป็นอย่างมากตั้งแต่ระดับบุคคลจนถึงระดับประเทศ (อัชรา เอิบสุขสิริ, 2568) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้มีการศึกษาในเรื่องความฉลาดทางสังคมซึ่งพบว่า การที่บุคคลให้ความเข้าใจและเห็นความสำคัญของบุคคลอื่นจะทำให้สามารถปรับตัวอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความฉลาดทางสังคมซึ่งเป็นความสามารถทางจิตมีความแตกต่างจากความสามารถทางวิชาการ โดยผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่ามีความสอดคล้องตามโครงสร้างของความฉลาดทางสังคม (Weis & Martin, 2007) ซึ่งจากองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมที่ได้จากการสังเคราะห์นี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปใช้ในการออกแบบการจัดการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาต่อไป

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เนื่องจากองค์ประกอบดังกล่าวเป็นองค์ประกอบที่เกิดขึ้นจากการที่ได้ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในวงการการศึกษา อีกทั้งองค์ประกอบดังกล่าวยังเป็นประโยชน์ต่อการที่ผู้เรียนได้นำไปใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ตนเองและผู้อื่น ผนวกกับเชื่อมโยงและประยุกต์ใช้กับประเด็นที่ควรรู้เกี่ยวกับสุขภาพจิตให้สามารถวางแผนการใช้ชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพได้อีกด้วย ทั้งนี้เพื่อช่วยในการป้องกัน ดูแลรักษา และส่งเสริมสุขภาพจิตให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการใช้เวลาในการอยู่ร่วมกันกับบุคคลอื่น การปฏิบัติตนเมื่อพบผู้ถูกกลั่นแกล้ง การพัฒนาความคิดเชิงบวก การดูแลตนเองและผู้อื่นได้เมื่อรับรู้เหตุการณ์รุนแรง รวมถึงการเสริมพลังใจเพื่อรับมือกับภาวะวิกฤต เป็นต้น (กรมสุขภาพจิต สำนักความรอบรู้สุขภาพจิต, 2567) นอกจากประเด็นที่เกี่ยวเนื่องกับสุขภาพจิตแล้วนั้น ความฉลาดทางสังคมยังมีความสัมพันธ์กับเรื่องของการเรียนอีกด้วย กล่าวคือบุคคลคนหนึ่งที่จะประสบความสำเร็จได้ไม่เพียงแต่ต้องมีความพร้อมทั้งในเรื่องของความรู้ทางวิชาการที่เป็น

พื้นฐานหลักในการใช้ชีวิตและการทำงานหากแต่จะต้องสามารถปรับตัวเข้ากับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม การรู้จักตนเองจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัวเรามองบทบาทในลักษณะภาพรวมที่เป็นตนเองได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับตนเอง พิจารณาตนเอง การเข้าใจผู้อื่น ตลอดจนสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข (ไหมไทย ไชยพันธุ์, 2562) นอกจากนี้ความเหมาะสมขององค์ประกอบดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผลการศึกษาพบว่าในโรงเรียนที่เน้นด้านวิชาการผู้เรียนที่มีความฉลาดทางสังคมและเรียนเก่งมักได้รับการยอมรับจากเพื่อนมากที่สุด (Mejis et al., 2010) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความฉลาดทางสังคมและความสามารถทางการเรียนเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ฉะนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างให้ผู้เรียนมีทั้งความฉลาดทางสังคมและความฉลาดทางสติปัญญา เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและสังคมในการอยู่ร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงความสำคัญขององค์ประกอบความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาที่มีต่อการอยู่ร่วมกันในสังคม

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าการศึกษาองค์ประกอบความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษามีความสำคัญทั้งต่อตนเองและผู้อื่น เนื่องจากการอยู่ร่วมกันในสังคมจำเป็นต้องมีความตระหนักรู้ทางสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ต่อผู้อื่นโดยการแสดงออกได้อย่างเหมาะสม การบูรณาการการศึกษาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ทุกคนพึงให้ความสำคัญและความตระหนักในระดับโลก ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญที่ประเทศในองค์การสหประชาชาติจะต้องบรรลุร่วมกัน ในปี ค.ศ. 2030 หรือ พ.ศ. 2573 นั้น ความฉลาดทางสังคมจึงเป็นสิ่งที่ผู้เรียนในฐานะพลเมืองของชาติจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้และฝึกปฏิบัติให้เกิดขึ้นจนเป็นนิสัย ผนวกกับการคำนึงถึงมิติที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และมิติที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะส่งผลทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องทั้งต่อตนเองและผู้อื่น รวมถึงบริบทแวดล้อม มีความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง และสามารถปรับตัวโดยการแสดงออกได้อย่างเหมาะสมกับกาลเทศะ

สรุป

การศึกษาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่ทำให้ผู้เรียนที่ใช้ชีวิตอยู่ในสังคมเกิดความตระหนักและเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของการมีความสามารถหรือความฉลาดรู้ในมิติที่นอกเหนือจากความฉลาดทางสติปัญญาหรือความสามารถทางวิชาการเพียงอย่างเดียว ความฉลาดทางสังคมจะทำให้ผู้เรียนเกิดความตระหนักในตนเองและคำนึงถึงผู้อื่น และการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นก็จำเป็นต้องใช้ความฉลาดทางสังคมในการอยู่ร่วมกับผู้อื่น เริ่มต้นจากมิติใกล้ตัวในห้องเรียน การทำงานรายบุคคลด้วยความสามารถการทำงานเป็นกลุ่มด้วยความเอื้ออาทรอย่างเป็นกัลยาณมิตร การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น การเคารพและให้เกียรติผู้อื่นทั้งเพื่อนร่วมชั้นเรียน ครูผู้สอน รวมถึงบุคคลที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์ด้วย ไปจนถึงมิติการใช้ชีวิตในสังคมที่มีความสลับซับซ้อน ฉะนั้นการวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในการสร้างความตระหนักและความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในสังคมได้ โดยเริ่มต้นจากครูผู้สอนซึ่งเป็นผู้ขับเคลื่อนสำคัญหรือเบ้าหลอมที่มีคุณภาพที่ทำให้ผู้เรียนมีทิศทางในการวางแผนเส้นทางการอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนแบ่งออกเป็นความตระหนักรู้ทางสังคมและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งถือเป็นมิติที่ผู้เรียนในระดับมัธยมศึกษานี้ควรให้ความสำคัญและตระหนักเป็นอย่างมาก ดังนั้นสถานศึกษาควรดำเนินการ โดยคำนึงถึงผู้เรียนที่มีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงวัย โดยออกนโยบายที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความฉลาดทางสังคมในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างราบรื่นและเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพต่อไปในสังคม

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมมีความเหมาะสมกับผู้เรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา ดังนั้นผู้สอน จึงควรมีความตระหนักและให้ความสำคัญกับพฤติกรรมของผู้เรียน ทั้งในส่วนของความรู้สึกภายใน และการแสดงออกของผู้เรียนต่อผู้อื่น เพื่อที่จะวิเคราะห์ได้ว่าพฤติกรรมของผู้เรียนที่แสดงออกมานั้นมีความเหมาะสมหรือไม่ นำไปสู่การส่งเสริมหรือการให้คำปรึกษา ดูแล หรือแก้ไขพฤติกรรมดังกล่าว เพื่อที่ผลที่ได้จะเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันและเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนในอนาคตต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบเกี่ยวกับความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนที่สำคัญ คือ นอกเหนือจากความฉลาดทางสติปัญญา ผู้เรียนพึงมีความฉลาดทางสังคมในการใช้ชีวิตและการอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบการจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยควรให้ความสำคัญกับผู้เรียนซึ่งมีความแตกต่างระหว่างบุคคล สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนในระดับชั้นปฐมวัย ประถมศึกษา หรือระดับอุดมศึกษา เพื่อให้เห็นถึงมิติแห่งความหลากหลายในการมีความฉลาดทางสังคมของผู้เรียนในช่วงวัยต่าง ๆ หรืออาจใช้การศึกษาและทดสอบปัจจัยเชิงสาเหตุเพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์เกี่ยวข้องของความฉลาดทางสังคมในมิติต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายมาก

ยิ่งขึ้น ซึ่งผลที่ได้จะทำให้ผู้ศึกษามีความเข้าใจสังคม เข้าใจในบริบทเฉพาะ รวมถึงแนวคิดที่แตกต่างกัน ซึ่งก่อให้เกิดความเข้าใจในการยอมรับ อันส่งผลต่อการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน จนนำไปสู่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข

เอกสารอ้างอิง

กมล รอดคล้าย. (2568, 4 กรกฎาคม). การศึกษาเพื่อการขับเคลื่อนทางสังคมอย่างยั่งยืนของแต่ละประเทศ. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 10*. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กรมสุขภาพจิต สำนักความรอบรู้สุขภาพจิต. (2567). *คู่มือแนวทางเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพจิต*. บริษัท บียอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด.

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2566, 12 ตุลาคม). *การข่มเหงรังแกทางโลกไซเบอร์-Cyberbullying*. https://www.psy.chula.ac.th/th/feature-articles/cyberbullying/

พร้อมพิไล บัวสุวรรณ. (2566). *ทักษะที่จำเป็นต่อชีวิตสำหรับผู้เรียนในโลกยุคใหม่*. วิช กรุ๊ป.

พัชราภา ตันติชูเวช. (2566). *เจเนอเรชันแอลฟา : เจเนอเรชันใหม่ในสังคมไทยศตวรรษที่ 21* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภานุวัฒน์ ปานเกตุ. (2568, 8 กันยายน). *ถึงเวลาหยุด “ล้อเลียน” พบเด็กไทย 1 ใน 4 คิดทำร้ายตัวเอง”*. Thai PBS The ACTIVE. https://theactive.thaipbs.or.th/news/public-health-20250908

มาเรียม นิลพันธุ์. (2555). การประเมินหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการนิเทศ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. *วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย*, *4*(2), 25-40.

ศิริมา ทองสว่าง. (2567). *สังคมและวัฒนธรรมปริทัศน์ประเด็นร่วมสมัย*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม. (2564, 21 เมษายน). *SDGs คืออะไร มารู้จัก 5 เป้าหมายแรกจากมิติสังคม*. สอวช. https://www.nxpo.or.th/th/8081/

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2566). *การศึกษาแนวทางการพัฒนากำลังคนให้มีสมรรถนะสูงและมีทักษะยุคหลังโควิด-19 (Post-Covid Skills)*. บริษัท พริกหวานกราฟฟิค จำกัด.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570).* http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/258/T_0001.PDF

ไหมไทย ไชยพันธุ์. (2562). *การพัฒนาพฤติกรรมมนุษย์*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัชรา เอิบสุขศิริ. (2568). *จิตวิทยาสำหรับครู* (พิมพ์ครั้งที่ 8). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Albrecht, K. (2006). *Social intelligence: The new science of success*. Jossey-Bass.

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall

Erikson, E. H. (1963). *Childhood and society* (2nd ed.). W. W. Norton & Company.

Fitzgerald, J. (2025, June 24). *Why soft skills still matter in the age of AI*. Harvard

Business School. https://www.library.hbs.edu/working-knowledge/why-soft-skills-still-matter-in-the-age-of-ai.

Gardner, H. (2011). *Frames of mind: The theory of multiple intelligences*. Basic Books.

Goleman, D. (2006). *Social intelligence: The new science of human relationships*. Random House.

Meijs, N., Cillessen, A. H. N., Scholte, R. H. J., Segers, E., & Spijkerman, R. (2010). Social Intelligence and Academic Achievement as Predictors of Adolescent Popularity. *Journal of Youth and Adolescence*, *39*(1), 62–72. https://doi.org/10.1007/s10964-008-9373-9

Niemi, K. (2020, December 15). *Niemi: CASEL is updating the most widely recognized definition of social-emotional learning. Here's why*. The74. https://www.the74million.org/article/niemi-casel-is-updating-the-most-widely recognized-definition-of-social-emotional-learning-heres-why/

Okoronkwo, V. (2024, November 6). *Soft skills statistics: Key data on demand, training, and impact in 2025*. Passive Secrets. https://passivesecrets.com/soft-skills-statistics/

Slavin, R.E. (2006). *Educational psychology: Theory and practice* (8th ed.). Pearson Education.

Thorndike, E. L. (1920). Intelligence and its uses. *Harper's Magazine, 140*, 227-235.

Weis, S., & Süß, H.-M. (2007). Reviving the search for social intelligence: A multitrait-multimethod study of its structure and construct validity. *Personality and Individual Differences*, *42*(1), 3–14. https://doi.org/10.1016/j.paid.2006.04.027

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

FACTORS AFFECTING ENTREPRENEURIAL INTENTIONS IN THE DIGITAL ERA OF UNDERGRADUATE STUDENTS AT THE RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY SRIVIJAYA

นวินดา ต่างจิตร, จุฑามาศ บุญรัศมี*, เกศินี มนต์แก้ว, สกาวรัตน์ ขุนเพ็ชร และจุฑามาศ ปุยพรหม
Nawinda Tanjit, Jutamas Boonradsamee*, Kesinee Monkaew, Sakaorut Khunpet and Chuthamart Pouiprom
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya
*Corresponding Author, E-mail: Jutamas.r@rmutsv.ac.th
Received December 4, 2025; **Revised** April 10, 2026; **Accepted** April 17, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล และ 2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบในยุคดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษา จำนวน 659 คน สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ใช้สถิติพรรณนาวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอนุมานวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และทำการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยจำแนกตามวัตถุประสงค์พบว่า

1. นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา มีแรงจูงใจในเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลโดยภาพรวมในระดับมาก ปัจจัยแรงจูงใจสามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β) เท่ากับ 0.136, 0.356 และ 0.387 ตามลำดับ ตัวแบบสามารถพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลได้ร้อยละ 66.30 $\left(R^2 = 0.663\right)$

2. นักศึกษาที่เรียนในคณะที่ต่างกันมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมและคณะวิศวกรรมศาสตร์มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลไม่แตกต่างกัน

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนเพื่อเตรียมความพร้อมแก่นักศึกษาให้มีทักษะและศักยภาพสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในอนาคต

คำสำคัญ: คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ, ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ, แรงจูงใจ, ปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

Abstract

This article aimed 1) to study the factors affecting the intention to be an entrepreneur in the digital era and 2) to study the characteristics of being an entrepreneur in the digital era of undergraduate students at the Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla Campus. This research employed a quantitative approach, utilizing a questionnaire as a data collection tool with a sample of 659 students. The statistics used for data analysis included numbers, percentages, means, standard deviations, multiple linear regression, and analysis of variance. The test for differences between paired means was conducted at the 0.05 significance level. The objective research results revealed that:

1. The undergraduate students at Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla Campus, demonstrated a high level of motivation toward digital entrepreneurship. Motivational factors significantly predicted entrepreneurial intention at a 0.05 level of significance, with regression coefficients (β) of 0.136, 0.356, and 0.387. The model accounted for 66.30 percent accuracy $\left(R^2 = 0.663\right)$ of the variance in digital age entrepreneurial intention.

2. The students studying in different faculties have different characteristics of being entrepreneurs in the digital age, as statistically significant at the 0.05 level. Pairwise comparisons showed that entrepreneurial characteristics did not differ significantly between the Faculty of Business Administration and Industrial Education, as well as between the Faculty of Architecture and Engineering.

The knowledge gained from this research can be applied to curriculum and teaching methods to prepare students with the skills and potential to become successful entrepreneurs in the future.

Keywords: Entrepreneurial Characteristics, Entrepreneurial Intentions, Motivation, Undergraduate, Rajamangala University of Technology Srivijaya

บทนำ

สถาบันการศึกษารวมถึงมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยได้มีการปรับตัวเพื่อให้ตอบรับกับการขับเคลื่อนนโยบายของชาติโดยการให้ความสำคัญแก่องค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อมุ่งเน้นให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษามีทักษะที่สำคัญต่อการปรับเปลี่ยนของโลกในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งมีพันธกิจสำคัญในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในปี พ.ศ. 2559 (วิลาสิณี ฉายรัตน์ตระกูล, 2563) ถัดมาในปี พ.ศ. 2561 กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้มีการรวมกับสำนักคณะกรรมการอุดมศึกษา และสำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ จัดตั้งเป็นกระทรวงอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562)

โดยพบว่า ทักษะการเป็นผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทยทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นการส่งเสริมให้นักศึกษาของมหาวิทยาลัยมีองค์ความรู้ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นส่วนสำคัญ ดังเช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเปิดมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2481 ปัจจุบันได้เปิดสอนหลักสูตรมากมาย เพื่อให้ครอบคลุมในทุกระดับการศึกษา รับรองการขยายตัวทางศึกษาของไทยในอนาคต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มุ่งเน้นให้บัณฑิตมีความรู้ความสามารถทางด้านบริหารธุรกิจไปพร้อม ๆ กับความพัฒนาของประเทศอย่างยั่งยืน และสามารถเชื่อมโยงศาสตร์ต่าง ๆ เข้ากับการวางแผน การวิเคราะห์ การตัดสินใจ และลงมือปฏิบัติงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2563) และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นมหาวิทยาลัยที่ให้ความสำคัญต่อการขับเคลื่อนกับนโยบายของภาครัฐ โดยมีการจัดตั้งสำนักการจัดการนวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยมีพันธกิจเพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ อาจารย์ นักศึกษา และบุคลากร โดยใช้องค์ความรู้จากผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมเทคโนโลยี งานสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยโดยมุ่งเน้นการสร้างสังคมที่ยั่งยืน พร้อมส่งเสริมการเรียนรู้ การวิจัย และพัฒนาทักษะที่เหมาะสม โดยสำนักการจัดการนวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยีมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนาของนักศึกษาและบุคลากร เช่น โครงการจัดการประกวดการแข่งขันเพื่อค้นหานักธุรกิจรุ่นใหม่เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาของมหาวิทยาลัยเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับแนวคิดหลักการและเทคนิคการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับผู้ประกอบการเพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษามีเวทีในการนำเสนอผลงานและเกิดทักษะในการทำงานเป็นทีมร่วมกัน ส่งเสริมศักยภาพผู้เรียนสู่การเป็นพลเมืองโลกตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (สำนักการจัดการนวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าทักษะการเป็นผู้ประกอบมีความจำเป็นต่อการบูรณาการกับการเรียนของนักศึกษาเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ และปรับตัวในยุคดิจิทัล ด้วยเหตุนี้จึงนำมาสู่การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย” โดยมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา ปีการศึกษา 2567

บทความวิจัยนี้นำเสนอปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เรียนในคณะที่แตกต่างกัน ซึ่งมีหลักสูตรการเรียนที่ต่างกันเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงบริบทของความแตกต่างเชิงสาขาวิชา ผลการศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะที่จำเป็นสอดคล้องในการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลให้เหมาะสมตามบริบทของคณะและหลักสูตร และเพื่อให้นักศึกษาซึ่งเป็นกำลังของชาติได้ตระหนักถึงทักษะการเป็นผู้ประกอบการในยุคที่โลกและสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและปัญญาประดิษฐ์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา

2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา ที่ศึกษาในคณะที่แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีแรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ทฤษฎีแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการมีความเกี่ยวข้องกับจิตวิทยาองค์กร โดยทฤษฎีได้ค้นหาสิ่งที่เฉพาะเจาะจงในตัวบุคคลตั้งแต่พฤติกรรมการเริ่มต้น การกำกับดูแลและการหยุดกระทำ มีการวิจัยและพัฒนา รวมไปถึงการทดสอบทฤษฎีความพึงพอใจด้านแรงจูงใจเกิดขึ้นระหว่างปี ค.ศ.1950 ถึงก่อนปี ค.ศ. 1960 (Segal et al., 2005) การสนับสนุนทฤษฎีแรงจูงใจเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นไม่บ่อยนัก เพราะโดยทั่วไปจะเน้นการวิเคราะห์จากบุคลิกภาพของบุคคลเพื่ออธิบาย พฤติกรรม ซึ่งไม่เป็นที่นิยม (Landy et al., 1991) นักจิตวิทยายอมรับคำอธิบายจากทฤษฎีที่กล่าวว่า พฤติกรรมส่งผลลัพธ์จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสถานการณ์ เรียกว่า กระบวนการแบบพลวัต (Mischel, 2009) ในขณะที่มีนักวิจัยอย่าง Landy ในปี ค.ศ. 1989 กับ Shaver และ Scott ในปี ค.ศ. 1992 ที่เสนอทฤษฎีความหวัง (Expectancy theory) ของ Vroom ในปี ค.ศ. 1960 กลับถูกแทนที่ด้วยทฤษฎีของ Locke ในปี ค.ศ. 1968 เรียกว่า ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย (Goal-setting theory) และต่อมาในปี ค.ศ. 1977 เกิดทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) ของ Bandura ในปี ค.ศ. 1986 (Shane et al., 2003) ในยุคปัจจุบัน Al Maazmi et al. (2024) ได้ระบุไว้ว่าปัจจัยวิกฤตสู่ความสำเร็จในยุคปัจจุบันนั้นแรงจูงใจของผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอแต่ต้องอาศัยปัจจัยแวดล้อมทางดิจิทัล (Digital ecosystem) เช่น ความปลอดภัยของข้อมูล (Data Security) และความคล่องตัวของกระบวนการ (Process agility) สำหรับการเป็นผู้ประกอบการซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Khan และ Rehman (2023) พบว่า ความคล่องตัวของผู้ประกอบการมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อนวัตกรรมโมเดลธุรกิจและผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่ยั่งยืน

จากข้อความข้างต้น สรุปได้ว่า แรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการในหลายด้าน ทั้งในเรื่องความสำเร็จ อำนาจ และการสนับสนุนทางธุรกิจ และขณะเดียวกันการจัดการศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญควบคู่ในการพัฒนาทักษะและทัศนคติที่จำเป็นรวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างธุรกิจและประสบความสำเร็จ

2. ทฤษฎีการจัดการศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการ

การจัดทำหลักสูตรการศึกษาสาขา ผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัย ทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชน เป็นต้น ยิ่งทำให้เห็นการหาแนวทางการส่งเสริม คุณลักษณะของผู้เรียนให้มีความเป็นผู้ประกอบการยิ่งมีความสำคัญและสอดคล้องกับทิศทางในการพัฒนาประเทศ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) และจากรายงานวิจัยการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education) พบว่า หลักสูตรที่สอนเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการในประเทศ

ไทยนั้น เน้นจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาบัณฑิตและบัณฑิตศึกษา ดังนั้นการจัดการศึกษาด้านบริหารธุรกิจ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งเสริมการพัฒนานิสิตให้มีการเติบโตเกิดการเรียนรู้ มีการปรับปรุงและพัฒนาตนเองให้สามารถปฏิบัติงานได้ดีในอนาคต ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย นอกจากนี้ การจัดการศึกษาสร้างความสามารถในการรับรู้โอกาสการแสวงหาโอกาส การสร้างความคิดใหม่ ๆ และค้นหาทรัพยากรที่จำเป็น รองรับการเป็น ผู้ประกอบการในอนาคตเมื่อสำเร็จการศึกษา (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2561)

จากข้อข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีการจัดการศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการ กระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมด้านธุรกิจให้นักศึกษามีทักษะในการมองโอกาสและการเติบโตทางธุรกิจโดยเพื่อหวังผลตอบผลกำไร รวมถึงการพัฒนาความมั่นใจและสามารถใช้ประโยชน์จากความรู้และโอกาสที่ได้รับเหล่านั้น ถือเป็นบทบาทสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษา เพื่อรับมือกับความเสี่ยงทางธุรกิจและเศรษฐกิจ โดยเน้นการสร้างทักษะที่สำคัญ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา ความสามารถในการมองหาโอกาส และการกล้ารับความเสี่ยง โดยการศึกษาไม่ได้จำกัดเฉพาะการเริ่มต้นธุรกิจ แต่ยังส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถนำทักษะเหล่านี้ไปใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงานในองค์กรอีกด้วย

3. ทฤษฎีคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ

คุณลักษณะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) หมายถึง ลักษณะและคุณสมบัติที่ช่วยให้บุคคลสามารถดำเนินธุรกิจของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ ซึ่งหมายรวมถึงความคิดสร้างสรรค์ ความมุ่งมั่น ความเป็นผู้นำ ความรับผิดชอบ การเรียนรู้ ความคิดริเริ่มการวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสาร ความมุ่งหวังและความสามารถปรับตัวตามสถานการณ์ ลักษณะเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการและการทำธุรกิจเป็นอย่างดี (Dess et al., 1997; วีไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2561) ผู้ที่ริเริ่มและพร้อมที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุนหรือประกอบกิจการโดยใช้ปัจจัยการผลิตทั้งหลายผสมผสานกับสติปัญญา ความสามารถประสบการณ์และหลักการบริหารที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดสินค้าและบริการต่อลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ชี้ให้เห็นถึงคุณลักษณะที่ดีซึ่งผู้ที่คิดจะมาเป็นผู้ประกอบการ (Potential Entrepreneur) หรือผู้ที่เป็นผู้ประกอบการอยู่แล้ว (Existing Entrepreneur) ควรจะพัฒนาให้เกิดขึ้นกับตัวเอง เพื่อจะได้เป็นเครื่องชี้นำทางให้เกิดความสำเร็จในการประกอบการ (Krauss et al., 2005; Koe, 2016; พัชรินทร์ เพชรช่วย และคณะ, 2564)

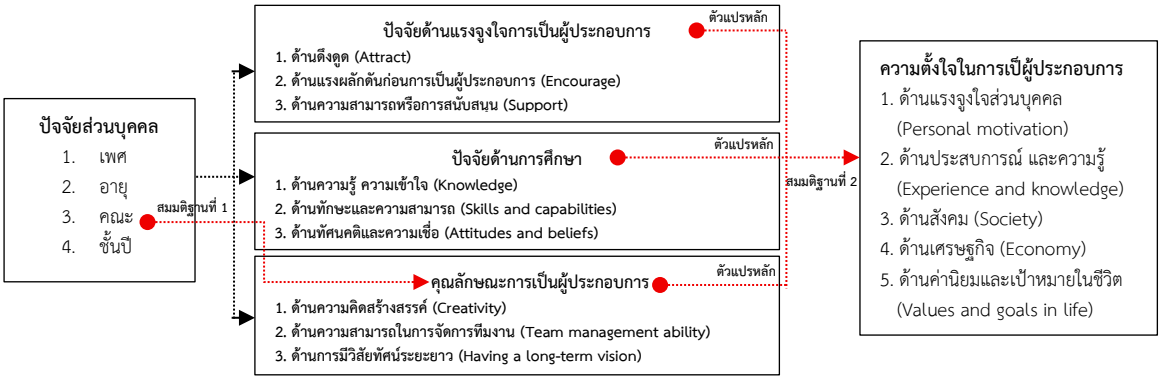
จากข้อข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า คุณลักษณะที่สำคัญในการเป็นผู้ประกอบการ ดังนี้ ความมุ่งมั่นและความกระตือรือร้น การเป็นผู้ประกอบการที่ดี จะต้องมีความมุ่งมั่นในการจะประกอบธุรกิจ ความกระตือรือร้นในการทำงาน แม้จะต้องเผชิญกับอุปสรรค ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม การคิดมีแนวคิดใหม่ ๆ ให้กับความคิดสร้างสรรค์ การคิดนอกกรอบ ธุรกิจจึงสามารถเติบโตได้ ความสามารถในการแก้ปัญหา การที่จะเป็นผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้อย่างรอบคอบและแก้ไขปัญหาได้อย่างทันที และแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ มีความสามารถในการปรับตัว

4. แนวคิดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ

ทฤษฎีแรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการแรงจูงใจในทฤษฎีความต้องการมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการในหลายด้าน ทั้งในเรื่องความสำเร็จ อำนาจ และการสนับสนุนทางธุรกิจ และขณะเดียวกันการจัดการศึกษาเพื่อความเป็นผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญควบคู่ในการพัฒนาทักษะและทัศนคติที่จำเป็นในการสร้างธุรกิจและประสบความสำเร็จ ทฤษฎีการจัดการศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการว่า ทฤษฎีการจัดการศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการ กระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมด้านธุรกิจให้นักศึกษามีทักษะในการมองโอกาสและการเติบโตทางธุรกิจโดยเพื่อหวังผลตอบผลกำไร รวมถึงการพัฒนาความมั่นใจและสามารถใช้ประโยชน์จากความรู้และโอกาสที่ได้รับเหล่านั้น ถือเป็นบทบาทสำคัญในการเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษา เพื่อรับมือกับความเสี่ยงทางธุรกิจและเศรษฐกิจ โดยเน้นการสร้างทักษะที่สำคัญ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา ความสามารถในการมองหาโอกาส และการกล้ารับความเสี่ยงความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention: EI) เป็นความตระหนักและความมั่นใจของบุคคลว่ามีแนวโน้มที่จะสร้างกิจการและมีแผนที่จะทำกิจการนั้นในอนาคต (Thomson, 2017) ถือเป็นขั้นแรกของการเริ่มต้นสร้างธุรกิจเนื่องจากความตั้งใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะทำในอนาคต (Ajzen, 1991) การวัดความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการสามารถวัดได้หลายลักษณะ เช่น อาจวัดด้วยคำถามเดียวเกี่ยวกับความสนใจที่จะสร้างกิจการของตนเองหรือโอกาสที่จะสร้างกิจการของตนเองในความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ คือ ความมุ่งมั่นในมิติความตั้งใจแน่วแน่ (Determine) และความต้องการ (Desire) ที่บุคคลจะริเริ่มและดำเนินธุรกิจของตนเองให้ประสบผลสำเร็จ โดยผู้ประกอบการมักเริ่มต้นจากบุคคลที่มีแรงบันดาลใจ รักในความอิสระ และความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (คมกริช นันทะโรจพงศ์ และคณะ, 2561) ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการจะผลักดันให้บุคคลมีการริเริ่มและมุ่งมั่นดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ (Hisrich & Ramadani, 2017)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด ทฤษฎีความพึงพอใจด้านแรงจูงใจเกิดขึ้นระหว่างปี ค.ศ.1950 ถึงก่อนปี ค.ศ. 1960 ของ Segal et al. (2005) และความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ ของ Ajzen (1991) โดยมีรายละเอียด ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา โดยมีประชากรเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 6,585 คน (ข้อมูลจากงานทะเบียน) และกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 659 คน คัดเลือกตามสัดส่วนของ 5 คณะ ร้อยละ 10 ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้คณะเป็นชั้นภูมิ (Stratum)

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นในปีการศึกษา 2567 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี แบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ (2) ระดับแรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน คือ Attract, Encourage และ Support (3) ระดับการจัดการศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการ 3 ด้าน คือ ความรู้ความเข้าใจ ทักษะความสามารถ และทัศนคติ/ความเชื่อ (4) ระดับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ 3 ด้าน คือ ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถจัดการทีม และวิสัยทัศน์ระยะยาว และ (5) ระดับคุณลักษณะผู้ประกอบการ 5 ด้าน คือ แรงจูงใจส่วนตัว ประสบการณ์/ความรู้ สังคม เศรษฐกิจ และค่านิยม/เป้าหมายในชีวิต ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) เชิงเนื้อหาของแบบสอบถามและหาค่าความสอดคล้องกับจุดประสงค์หรือเนื้อหา (Index of item – Objective congruence: IOC) พบว่าข้อคำถามมีค่าคะแนน IOC อยู่ระหว่าง คะแนน 0.67 - 1 หมายความว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้จริง (Try out) กับประชากรที่ไม่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient: α) มีค่าเท่ากับ 0.79 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 (Cronbach, 1951)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ได้แก่ การถดถอยเชิงเส้นพหุ (Multiple Linear Regression) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One–Way ANOVA) และการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลวิจัยมุ่งนำข้อมูลไปใช้พัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมส่งเสริมศักยภาพนักศึกษาให้พร้อมสู่เส้นทางผู้ประกอบการในอนาคต

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา มีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลในภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.11, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณารายปัจจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักศึกษามีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{x}$ = 4.14, S.D. = 0.51) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{x}$ = 4.10, S.D. = 0.56) และปัจจัยด้านการจัดการศึกษา ($\bar{x}$ = 4.08, S.D. = 0.51) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงระดับปัจจัยที่ส่งผลความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความตั้งใจ
1. ด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ	4.14	0.51	มาก
2. ด้านการจัดการศึกษา	4.08	0.51	มาก
3. ด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	4.10	0.56	มาก
รวม	**4.11**	**0.48**	**มาก**

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression) โดยวิธี Enter โดยปัจจัยที่เป็นตัวแปรทำนาย (predictor) ในการศึกษา ครั้งนี้ประกอบด้วย 3 ปัจจัย 1) ปัจจัยด้านแรงจูงใจการเป็นผู้ประกอบการ 2) ปัจจัยด้านการศึกษา และ 3) ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อพยากรณ์ตัวแปรตอบสนอง (response variable) คือ ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล ผลการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา

Correlations

ตัวแปร	x_1	x_2	x_3	Y
ด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ (x_1)	1	.782*	.695*	.683*
ด้านการศึกษา (x_2)		1	.802*	.773*
ด้านคุณลักษณะ (x_3)			1	.767*
ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Y)				1

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล พบว่ามีความสัมพันธ์กันสูงทางบวก ได้แก่ ด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการกับความตั้งใจ มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ (r = 0.683) ด้านการศึกษากับความตั้งใจมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ (r = 0.773) และด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการกับความตั้งใจมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ (r = 0.767) เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ภายในตัวแปรต้นพบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกคู่

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา

ตัวแปร	b	SE_b	β	t	p-value	VIF
แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ (x_1)	.156	.042	.136	3.682	.000	2.659
การศึกษา (x_2)	.411	.051	.356	8.020	.000	3.858
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (x_3)	.401	.040	.387	10.025	.000	2.905
ค่าคงที่ 0.106; $SE_{est} = \pm 0.34$						
$R = .665$; $R^2 = .663$; $F = 432.9$; $p - value = .000$						

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการตรวจสอบค่า VIF (Variance Inflation Factor) พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 2.659 – 3.858 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ตามเกณฑ์ของแฮร์ เจ. เอฟ. (Hair et al., 1993) แสดงว่าตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันจนเกิดปัญหาความสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรอิสระ และผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณโดยวิธี Enter สมการพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการศึกษา และปัจจัยด้านแรงจูงใจมีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (β) เท่ากับ 0.136, 0.356 และ 0.387 ตามลำดับ ตัวแบบสามารถพยากรณ์ความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลได้ร้อยละ 66.30 $(R^2 = 0.663)$ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 33.70 เป็นผลของปัจจัยอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้สมการพยากรณ์ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาในรูปคะแนนดิบดังนี้ $Y' = 0.106 + 0.156X1 + 0.411X2 + 0.401X3$ จากสมการ พบว่าค่าคงที่ เท่ากับ 0.106 หมายถึง ค่าความตั้งใจพื้นที่ฐานของนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจัทัล โดยสามารถอธิบายสมการพยากรณ์ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้ $Z'_Y = 0.387x_3 + 0.356x_2 + 0.136x_1$

จากสมการสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาเพิ่มขึ้น 0.386 หน่วยมาตรฐาน

ปัจจัยด้านการศึกษา หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านการศึกษาเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาเพิ่มขึ้น 0.356 หน่วยมาตรฐาน

ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษาเพิ่มขึ้น 0.136 หน่วยมาตรฐาน

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา จำนวน 659 คน ที่ศึกษาในคณะต่างกันมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีคุณลักษณะ

การเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกันในทุกปัจจัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการ Least Significant Difference (LSD) ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 4 และตารางที่ 5

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา จำแนกตามตัวแปรคณะ

ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	คณะ	$\bar{x}$	S.D.	F-test	P-value
ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)	บริหารธุรกิจ	3.99	0.70	13.766*	.000
	สถาปัตยกรรมศาสตร์	4.24	0.58		
	ครุศาสตร์ฯ	3.95	0.63		
	วิศวกรรมศาสตร์	4.21	0.61		
	ศิลปศาสตร์	3.74	0.58		
ด้านความสามารถในการจัดการทีมงาน (Team management ability)	บริหารธุรกิจ	4.04	0.75	15.371*	.000
	สถาปัตยกรรมศาสตร์	4.35	0.65		
	ครุศาสตร์ฯ	4.05	0.62		
	วิศวกรรมศาสตร์	4.38	0.66		
	ศิลปศาสตร์	3.84	0.59		
ด้านการมีวิสัยทัศน์ระยะยาว	บริหารธุรกิจ	4.09	0.54	18.621*	.000
	สถาปัตยกรรมศาสตร์	4.29	0.56		
	ครุศาสตร์ฯ	4.04	0.56		
	วิศวกรรมศาสตร์	4.27	0.61		
	ศิลปศาสตร์	3.75	0.53		
ภาพรวม	บริหารธุรกิจ	4.04	0.56	20.546*	.000
	สถาปัตยกรรมศาสตร์	4.29	0.51		
	ครุศาสตร์ฯ	4.02	0.52		
	วิศวกรรมศาสตร์	4.28	0.58		
	ศิลปศาสตร์	3.78	0.49		

ตารางที่ 5 แสดงความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา ภาพรวม

คณะ	บริหารธุรกิจ	สถาปัตยกรรม	ครุศาสตร์ฯ	วิศวกรรมศาสตร์	ศิลปศาสตร์
บริหารธุรกิจ	-				
สถาปัตยกรรมศาสตร์	-0.255*	-			
ครุศาสตร์ฯ	0.022	.27758*	-		
วิศวกรรมศาสตร์	-0.246*	.00955	-.26803*	-	
ศิลปศาสตร์	.26269*	.51805*	.24047*	.50850*	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ตามวิธีการ Least Significant Difference (LSD) พบว่า นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและคณะครุศาสตร์ฯ มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน และนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมและคณะวิศวกรรมศาสตร์มีคุณลักษณะการเป็น

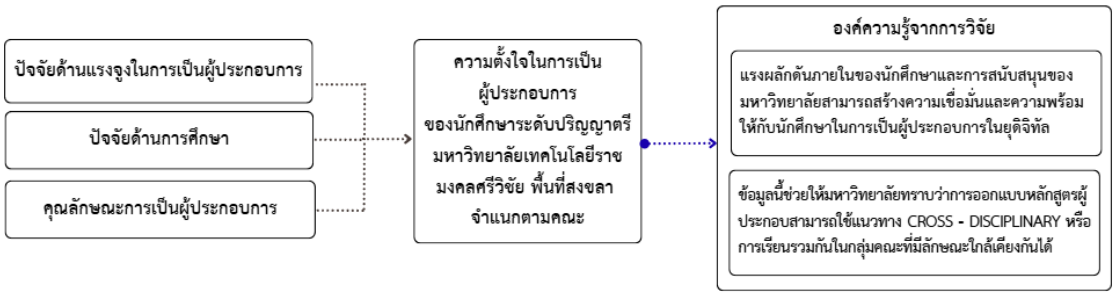
ผู้ประการไม่แตกต่างกัน ส่วนคู่อื่น ๆ นักศึกษามีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา มีความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายปัจจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักศึกษามีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลมากที่สุดคือ *ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ* รองลงมาคือ *ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ* และ *ปัจจัยด้านการจัดการศึกษา* ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ นักศึกษามีแรงผลักดันภายในและมองเห็นโอกาสในการประกอบธุรกิจดิจิทัลควบคู่กับการได้รับการส่งเสริมจากสถาบันการศึกษาในด้านองค์ความรู้ ทักษะ และสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการสร้างผู้ประกอบการ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นและความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจในยุคดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณที่พบว่า *ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านการศึกษา และปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ* มีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานศึกษาที่กล่าวถึงแรงจูงใจและความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งชี้ว่าแรงผลักดันภายในและการสนับสนุนจากสภาพแวดล้อมการเรียนรู้เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าสู่เส้นทางผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Al Maazmi et al. (2024) ได้ระบุไว้ว่าปัจจัยวิกฤตสู่ความสำเร็จในยุคปัจจุบันนั้นแรงจูงใจของผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอแต่ต้องอาศัยปัจจัยแวดล้อมทางดิจิทัล (Digital ecosystem)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา ที่ศึกษาอยู่ในคณะต่างกัน มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่พบว่า นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและคณะครุศาสตร์ฯ มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน และนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมและคณะวิศวกรรมศาสตร์มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประการไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยด้านการจัดการศึกษาของแต่ละคณะมีความแตกต่างกันทั้งในด้านกระบวนการเรียนการสอน การออกแบบหลักสูตร การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ และการส่งเสริมทักษะผู้ประกอบการ ทำให้นักศึกษาได้รับการพัฒนาในระดับที่ไม่เท่ากัน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา เช่น แรงจูงใจภายใน ความสนใจส่วนตัว และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งล้วนเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีที่ชี้ว่าทั้งปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางการศึกษาและปัจจัยภายในผู้เรียนล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ และสามารถส่งผลให้เกิดความแตกต่างของคุณลักษณะผู้ประกอบการระหว่างนักศึกษาที่เรียนในบริบทและคณะที่ต่างกัน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้จากการวิจัย

จากแผนภาพที่ 2 พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาในคณะแตกต่างกันมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายคู่พบว่า นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ และคณะครุศาสตร์ฯ มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน และนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ นักศึกษามีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน ทั้งเนื่องด้วยบริบทของคณะที่มีความมุ่งเน้นในการเรียนการสอนและหลักสูตรที่ค่อนข้างไปในทิศทางเดียวกัน ยกตัวอย่าง เช่น การส่งเสริมให้นักศึกษา โครงการ START UP THAILAND เมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยสูงกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ นั้นหมายความว่า การที่จะส่งเสริมให้นักศึกษามีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการคณะและหลักสูตรควรมีการเน้นคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการให้นักศึกษาได้ตระหนักถึงความสำคัญมากขึ้น การที่จะส่งเสริมให้นักศึกษามีความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการ คณะและหลักสูตรการเรียนการสอนควรเน้นการพัฒนาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการผ่านการเรียนการสอนที่เน้น การปฏิบัติจริง (Experiential Learning) การฝึกคิดเชิงสร้างสรรค์ การแก้ปัญหาเชิงรุก และการสร้างวิสัยทัศน์ระยะยาว นอกจากนี้ ควรจัดกิจกรรมเสริม เช่น การประกวดแผนธุรกิจ การสัมมนาจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และโครงการฝึกอบรมที่เชื่อมโยงกับภาคธุรกิจ เพื่อให้นักศึกษาได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ และเสริมสร้างความมั่นใจในการก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

สรุปในภาพรวมของบทความงานวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในและภายนอก ได้แก่ แรงจูงใจส่วนบุคคล การจัดการทีมงาน วิสัยทัศน์ และการสนับสนุนทางการศึกษา ล้วนส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลของนักศึกษา ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาและเตรียมความพร้อมสำหรับนักศึกษาให้มีศักยภาพสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในอนาคต จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางสังคม เช่น การสนับสนุนจากครอบครัวและสภาพแวดล้อม รวมถึง ปัจจัยทางเศรษฐกิจ อย่างโอกาสทางการตลาดและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้นักศึกษามีความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ การพัฒนาทักษะที่จำเป็น เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การจัดการความเสี่ยง และการมองหาโอกาสทางธุรกิจ เป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมความมั่นใจให้นักศึกษาในการเริ่มต้นธุรกิจของตนเองในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

สรุป

งานวิจัยพบว่า นักศึกษาต่างคณะมีคุณลักษณะผู้ประกอบการแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายคู่พบว่า คู่ที่ 1 คณะบริหารธุรกิจและครุศาสตร์ฯ คู่ที่ 2 คณะวิศวกรรมศาสตร์และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มีลักษณะไม่แตกต่างกันภายในคู่ เนื่องจากบริบทหลักสูตรและกิจกรรมส่งเสริม Startup ที่มีทิศทางใกล้เคียงกัน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลชี้ว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลสูงที่สุดเมื่อเทียบกับตัวแปรอื่น แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาคุณสมบัติผู้ประกอบการเป็นกุญแจสำคัญในการกระตุ้นความตั้งใจทางธุรกิจ ปัจจัยภายในที่สำคัญ ได้แก่ แรงจูงใจส่วนบุคคล วิสัยทัศน์ระยะยาว ความคิดสร้างสรรค์ การจัดการความเสี่ยง การแก้ปัญหาเชิงรุก และการมองหาโอกาส ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีบทบาท คือ การสนับสนุนจากครอบครัวและสังคม โอกาสทางการตลาด การเข้าถึงเงินทุน และการสนับสนุนจากการศึกษา งานวิจัยเสนอแนะให้คณะและหลักสูตรเน้นการพัฒนาคุณลักษณะผู้ประกอบการผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Experiential Learning) การคิดสร้างสรรค์ และการแก้ปัญหาเชิงรุก รวมถึงจัดกิจกรรมเสริม เช่น ประกวดแผนธุรกิจ สัมมนาผู้ประกอบการ และอบรมเชื่อมภาคธุรกิจ เพื่อเสริมความตระหนักและความมั่นใจ โดยสรุปทั้งปัจจัยภายในและภายนอกส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา โดยคุณลักษณะผู้ประกอบการเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดในการเตรียมศักยภาพสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการวิจัยไปปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อสนับสนุนทักษะการเป็นผู้ประกอบการเสนอแนะนโยบายต่อสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนผู้ประกอบการรุ่นใหม่

1.2 ผลการวิจัยทำให้เกิดการตระหนักรู้ของนักศึกษาถึงความสำคัญของทักษะการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภายใต้บริบทของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พื้นที่สงขลา เท่านั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการยุคดิจิทัลของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในพื้นที่นครศรีธรรมราช และพื้นที่ตรังเพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษา

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยให้ครอบคลุมปัจจัยที่ทันสมัยมากขึ้น เช่น บทบาทของการนำปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI เทคโนโลยีดิจิทัล และการสนับสนุนจากองค์ภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งศึกษาปัจจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำเร็จผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบหลักสูตรเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะการเป็นผู้ประกอบการยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562, 1 กรกฎาคม). *ความเป็นมากระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม*. https://www.mhesi.go.th/index.php/aboutus/history.html

คมกริช นันทะโรจพงศ์, ภูธิป มีถาวรกุล และประสพชัย พสุนนท์ (2561). พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการของวัยรุ่นไทย: อิทธิพลของการรับรู้ความสามารถตนเองและการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการในบริบทวัฒนธรรมแบบรวมกลุ่ม. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, *9*(2), 44–59. https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/download/10674/8853/31641

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2563, 22 ตุลาคม). *82 ปี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. https://www.cuartculture.chula.ac.th/news/4903/

พัชรินทร์ เพชรช่วย, ปลื้มใจ ไพจิตร และรัตติยาภรณ์ รอดสีเสน. (2564). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ*, *8*(1), 107–124.

วิลาสิณี ฉายรัตน์ตระกูล. (2563, 11 ธันวาคม). *การจัดแฮกกาธอน (Hackathon) เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และสร้างนวัตกรรมแบบเร่งด่วนในประเทศไทย* [บทวิทยุ]. คลังสารสนเทศของสถาบันนิติบัญญัติ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. https://library.parliament.go.th/th/radioscript/rr2563-dec3

วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2561). คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, *12*, 306–307. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/126011

สำนักการจัดการนวัตกรรมและถ่ายทอดเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. (2564, 25 กุมภาพันธ์). *ประวัติความเป็นมา.* https://imtt.rmutsv.ac.th/aboutus/history

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579*. http://backoffice.onec.go.th/uploads/Book/1540-file.pdf

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2561). *รายงานวิจัยการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education)*. http://backoffice.onec.go.th/uploads/Book/1575-file.pdf

Al Maazmi, A., Piya, S., & Araci, Z. C. (2024). *Exploring the Critical Success Factors Influencing the Outcome of Digital Transformation Initiatives in Government Organizations*. *Systems*, *12*(12), 524. https://doi.org/10.3390/systems12120524

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, *16*(3), 297–334. https://doi.org/10.1007/BF02310555

Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Covin, J. G. (1997). Entrepreneurial strategy making and firm performance: Tests of contingency and configurational models. *Strategic*

Management Journal, *18*(9), 677–695. https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199710)18:9<677:AID-SMJ905>3.0.CO;2-Q

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (1993). *Multivariate Data Analysis.* (3rd ed.). Prentice Hall.

Hisrich, R. D., & Ramadani, V. (2017). *Effective entrepreneurial management*. Springer.

Khan, S., & Rehman, S. (2023). Entrepreneurial Agility: A key to notch 'Sustainable Business Performance'in IT-enterprises of Pakistan. *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*, *13*(3). https://doi.org/10.56536/ijmres.v13i3.514

Koe, W. L. (2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 6*(13), 1-11. https://doi.org/10.1186/s40497-016-0057-8

Krauss, S. I., Frese, M., Friedrich, C., & Unger, J. M. (2005). Entrepreneurial orientation: A psychological model of success among southern African small business owners. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, *14*(3), 315–344. https://doi.org/10.1080/13594320500170227

Landy, F. J., Rastegary, H., Thayer, J., & Colvin, C. (1991). Time urgency: The construct and its measurement. *Journal of Applied Psychology*, *76*(5), 644-657. https://doi.org/10.1037/0021-9010.76.5.644

Mischel, W. (2009). From personality and assessment (1968) to personality science, 2009. *Journal of Research in Personality*, *43*(2), 282–290. https://doi.org/10.1016/j.jrp.2008.12.037

Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *11*(1), 42–57. https://doi.org/10.1108/13552550510580834

Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, *13*(2), 257–279. https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2

Thomson, G. S., & Minhas, W. (2017). Enabling entrepreneurship: Entrepreneurial intentions among Emirati students. *Journal of Enterprising Culture*, *25*(2), 211–237. https://doi.org/10.1142/S021849581750008X

การสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยความโดดเด่นของทรัพยากรในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

CREATING VALUE AND ADDING VALUE OF COMMUNITY-BASED TOURISM TO BECOMING A WELLNESS TOURISM COMMUNITY WITH OUTSTANDING RESOURCES IN KHOK KHAM SUBDISTRICT, MUANG DISTRICT, SAMUT SAKHON PROVINCE

พเยาว์ สายทองสุข, ชาญณรงค์ ผาดจันทึก, ปิยชนม์ มหแสงสวรรค์ และธนิชชา ชัยชัชวาลประทีป*
Payao Saythongsuk, Channarong Padjuantuk, Piyachon Mahasaengsawan and Tanichar Chaichatchawalprateep*
คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
Faculty of Hospitality and Tourism Industry, Rajamangala University of Technology Rattanakosin
*Corresponding Author E-mail: tanichar.cha@rmutr.ac.th
Received September 24, 2025; **Revised** April 12, 2026; **Accepted** April 17, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะความโดดเด่น วิเคราะห์ศักยภาพแยกประเภทแหล่งท่องเที่ยวจากทรัพยากรที่มีความโดดเด่น และเสนอแนะแนวทางการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยความโดดเด่นของทรัพยากรในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร การวิจัยเป็นแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 69 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติรวม 500 คน เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แบบประเมิน และการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวของตำบลโคกขามมีความโดดเด่นด้านทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีคุณค่า การวิเคราะห์ศักยภาพพบว่า แหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมีศักยภาพในระดับสูง ได้แก่ วัดโคกขาม วัดโสภาราม (วัดบ้านขอม) และโรงเรียนนาเกลือ การจำแนกประเภทแหล่งท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวตามวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวแบบแต่งเติม และแนวทางการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าคือ การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภทเป็นเส้นทางประสบการณ์สุขภาพที่ต่อเนื่องตั้งแต่การฟื้นฟูร่างกาย เรียนรู้วิถีชุมชน ไปจนถึงการพัฒนาจิตใจ โดยใช้กิจกรรม ผลิตภัณฑ์ และบริการเชิงสุขภาพเป็นตัวกลางในการบูรณาการ เพื่อสร้างคุณค่าแบบองค์รวมและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนของชุมชน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, ความโดดเด่น, ทรัพยากรการท่องเที่ยว

Abstract

This research aimed to: (1) examine the distinctive characteristics and analyze the potential of tourism resources, classify tourism attractions based on their unique resources, and (2) propose guidelines for value creation and value enhancement of community-based tourism toward becoming a wellness tourism community, utilizing the distinctive resources of Khok Kham Subdistrict, Mueang District, Samut Sakhon Province. This study employed a mixed methods approach, collecting data from 69 key informants and 500 Thai and international tourists. The research instruments included structured interviews, evaluation forms, and participatory workshops. The findings revealed that the tourism resources of Khok Kham Subdistrict are particularly distinguished by natural resources and nature-based ways of life, reflecting valuable local culture. The potential analysis indicated that the overall tourism attractions were at a high level, including Wat Khok Kham, Wat Sopharam (Wat Ban Khom), and Naklua School. The classification of tourism attractions was divided into four categories: natural attractions, way-of-life attractions, religious and cultural attractions, and augmented attractions. Furthermore, the guidelines for value creation and value enhancement emphasize the integration of all four types of attractions into a continuous wellness experience route, ranging from physical restoration and learning local ways of life to mental and spiritual development. This integration is facilitated through health-oriented activities, products, and services, aiming to create holistic value and enhance tourism value toward sustainable community development.

Keywords: Wellness, Prominence, Tourism resources

บทนำ

ภายหลังสถานการณ์โรคระบาดก่อให้เกิดความตื่นตัวของผู้คนจนหันกลับมาให้ความสำคัญและใส่ใจดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งยังมีปัจจัยส่งเสริมอื่น ๆ ที่เกิดจากความเครียดของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้วยเหตุนี้ผู้คนทั่วโลกจึงพยายามมองหากิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เชื่อมโยงไปสู่การส่งเสริมสุขภาพที่ดีจนเกิดความนิยมในด้านการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกล้วนต่างให้ความสำคัญ โดยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวเนื่องและส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบเฉพาะกลุ่ม (Erkanli et al., 2024)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านโคกขาม จังหวัดสมุทรสาคร มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้โดยเฉพาะด้านการเข้าถึงทรัพยากร ความปลอดภัย และมีการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกแต่ยังพบว่า ความโดดเด่นของทรัพยากรอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวยังมีน้อย (อภิชาติ ตะกรุดทอง, 2562) จึงทำให้รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวมีน้อยเนื่องจากนักท่องเที่ยวหลักของชุมชนคือกลุ่มผู้มาศึกษาดูงานผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีจะเป็นการสาธิตและศูนย์การเรียนรู้จึงทำให้นักท่องเที่ยวไม่ใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการในชุมชนมากนัก (วิสาหกิจชุมชนบ้านสหกรณ์, 2565) ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัย

เล็งเห็นความสำคัญเกี่ยวกับการนำองค์ความรู้ที่มีบูรณาร่วมกับหน่วยงาน และชุมชน เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนด้วยการจัดการการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน จึงศึกษาเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยความโดดเด่นของทรัพยากรในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะความโดดเด่นของทรัพยากรในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพ และแยกประเภทแหล่งท่องเที่ยวจากทรัพยากรที่มีความโดดเด่นในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยความโดดเด่นของทรัพยากรในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (**Community-Based Tourism: CBT**) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นให้ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากร มีส่วนร่วมในการวางแผน การดำเนินงาน และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม (United Nations World Tourism Organization, 2020) แนวคิด **CBT** มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน ควบคู่กับการสร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ (Goodwin, 2011) นอกจากนี้ CBT ยังช่วยสร้างประสบการณ์ที่แท้จริง (authentic experience) ให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน เช่น การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้ชีวิตแบบชุมชน และกิจกรรมทางวัฒนธรรม ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ตำบลโคกขามสามารถประยุกต์แนวคิด CBT โดยการให้ชุมชนมีบทบาทในการออกแบบกิจกรรมสุขภาพ เช่น การใช้สมุนไพรพื้นบ้าน การทำอาหารสุขภาพ หรือกิจกรรมวิถีชีวิตที่ส่งเสริมสุขภาวะ

แนวคิดการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยว (Value Creation in Tourism) การสร้างคุณค่าในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแตกต่างและความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว (Philip Kotler & Keller, 2016) โดยคุณค่าเกิดจากการผสมผสานระหว่างประสบการณ์ การบริการ และอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว Pine และ Gilmore (1999) เสนอแนวคิด “Experience Economy” ซึ่งเน้นว่าการท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่ได้ขายเพียงสินค้า แต่เป็นการขายประสบการณ์ที่สร้างความประทับใจและความทรงจำให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การสร้างคุณค่าในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังเกี่ยวข้องกับการพัฒนาโปรแกรมและกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการด้านสุขภาพแบบองค์รวม ในกรณีของตำบลโคกขาม การเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวสามารถทำได้โดยการพัฒนาเส้นทาง

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การออกแบบกิจกรรม เช่น สมาธิ สปาสมุนไพร อาหารสุขภาพ และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลายประเภทเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างประสบการณ์เชิงสุขภาพที่แตกต่างและมีเอกลักษณ์

แนวคิดและทฤษฎีการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นกระบวนการวิเคราะห์ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาและรองรับนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลายด้าน เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว การเข้าถึง ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก และการสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ (World Tourism Organization, 2019) แนวคิดการประเมินศักยภาพมักใช้วิธีการเชิงปริมาณ เช่น การใช้ค่าเฉลี่ย การแปลงเป็นค่าร้อยละ และการแบ่งระดับศักยภาพ เพื่อจัดกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามระดับความเหมาะสมในการพัฒนา ซึ่งช่วยให้สามารถวางแผนพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Gunn (1994) ได้เสนอว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่าง “ทรัพยากร (resource base)” และ “การพัฒนา (development)” โดยหากแหล่งท่องเที่ยวมีทรัพยากรที่ดี แต่ขาดการบริหารจัดการหรือการสนับสนุน ก็จะไม่สามารถพัฒนาได้เต็มศักยภาพ ซึ่งเกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ใช้เกณฑ์การประเมินที่ครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับแนวคิดของ World Tourism Organization และ Gunn (1994) โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความโดดเด่นของทรัพยากร (Attraction) พิจารณาความน่าสนใจ ความเป็นเอกลักษณ์ ความสวยงาม และคุณค่าทางธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยว 2) ด้านการเข้าถึงทรัพยากร (Accessibility) พิจารณาความสะดวกในการเดินทาง เช่น ระยะทาง สภาพถนน ป้ายบอกทาง ระบบขนส่ง และความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านความปลอดภัย (Safety) พิจารณาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ทั้งด้านกายภาพ ความปลอดภัยของสถานที่ และด้านสุขอนามัย ความสะอาด ระบบสาธารณสุข และการจัดการความเสี่ยง 4) ด้านศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Potential) พิจารณาความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาเป็นกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ สมุนไพร วิถีชีวิต หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ 5) ด้านการสนับสนุนจากองค์กรภายนอก (Support) พิจารณาการมีส่วนร่วมและการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชน เช่น การส่งเสริมการตลาด งบประมาณ การบริหารจัดการ และเครือข่ายความร่วมมือ

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง การรวมกันของ 3 องค์ประกอบหลัก คือ สิ่งดึงดูดใจ (attractions) สิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) และ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น (accessibility of the destination) Medlik และ Middleton (1973, อ้างถึงใน Middleton, 1994) ให้ความเห็นว่าสิ่งดึงดูดใจ (attractions) คือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยหลักต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจมีความแตกต่างกันแต่โดยรวม สิ่งดึงดูดใจ สามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural attractions) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural attractions) และแหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social attractions)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health tourism) มีความแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับบริการ ผู้ให้บริการ และทรัพยากรของแต่ละประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม (Smith & Puczko, 2009; Mueller & Kaufmann, 2001) เห็นว่า

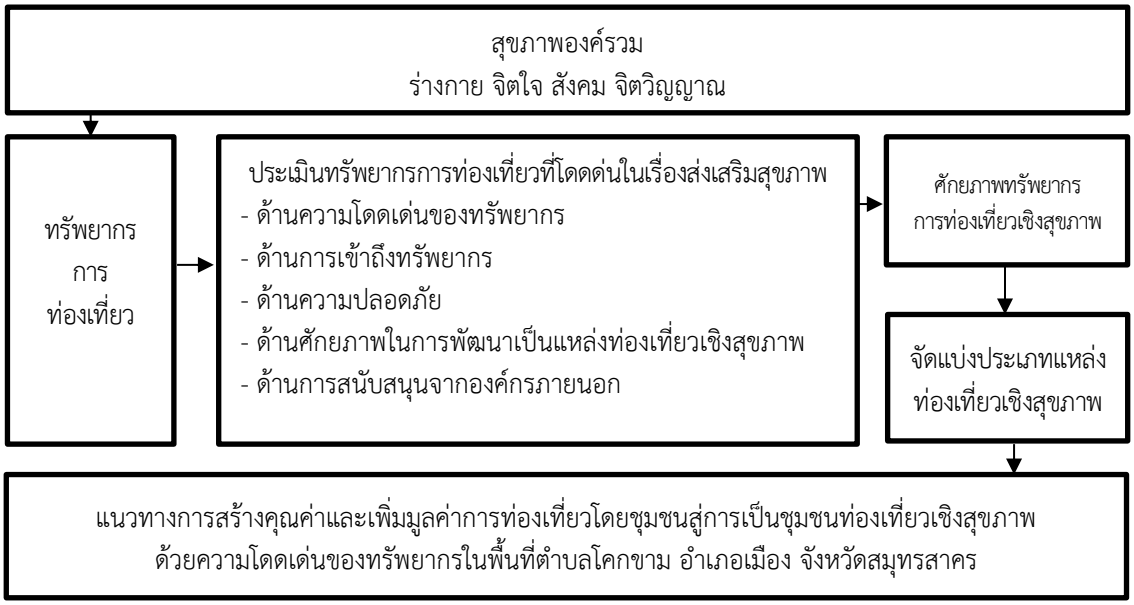
ในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพนั้นจำเป็นที่จะต้องตีความการท่องเที่ยว ศักยภาพของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของแต่ละพื้นที่อย่างชัดเจนว่าเน้นหนักทางด้านการรักษาหรือการส่งเสริมสุขภาพเป็นหลัก แต่ทั้งสองกิจกรรมนี้ก็มิได้แยกขาดจากกันโดยสิ้นเชิง ยังคงมีความเชื่อมโยงต่อกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะและความแรงจูงใจของผู้เดินทางเป็นหลัก 1) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical tourism) คือการท่องเที่ยวสุขภาพ ผู้ป่วยชาวต่างชาติเดินทางเข้ามารักษาตัวในโรงพยาบาลของประเทศไทย พร้อมกับการท่องเที่ยวไปในตัว นอกจากนี้ยังขยายไปถึงการดูแลสุขภาพ ศัลยกรรมความงาม 2) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness tourism) คือ การเดินทางที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหา การบำรุงรักษา หรือการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่บุคคล มีขอบเขตครอบคลุมถึงการบริการทั้งหมดที่เป็นการดูแลและปรับปรุงสุขภาพในเชิงป้องกันแบบองค์รวม (Global Wellness Institute, 2024) โดยสามารถแยกออกได้เป็น 1) บริการส่งเสริมสุขภาพทางร่างกาย เช่น ฟิตเนส อาหารสุขภาพ สปา และเสริมความงาม 2) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตใจ เช่น โยคะ ไท่ชี่ 3) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตวิญญาณ เช่น สมาธิบำบัด 4) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสังคม เช่น เครือข่ายสังคมฟิตเนส 5) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านอารมณ์ เช่น บำบัดอารมณ์ กำจัดความเครียด และ 6) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสิ่งแวดล้อม จึงสามารถสรุปได้ว่าในความหมายของ "สุขภาพ" ในปัจจุบัน มีองค์ประกอบ 4 ส่วนด้วยกัน คือ 1) สุขภาพกาย (Physical health) 2) สุขภาพจิต (Mental health) 3) สุขภาพสังคม (Social health) และ 4) สุขภาพจิตวิญญาณ (Spiritual Health) (Bushell & Sheldon, 2009)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง Global Wellness Institute (2024) รายงานว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูสุขภาพกายและจิตใจมากขึ้น ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Zhang et al. (2022) พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง ความปลอดภัย และภาพลักษณ์ของแหล่ง ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวการศึกษาของ Luo et al. (2023) พบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความตั้งใจในการเดินทาง โดยเฉพาะการรับรู้คุณค่า และประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากนี้ การศึกษาของ Luo et al. (2023) ยังชี้ให้เห็นว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวและประสบการณ์ในอดีตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญ ขณะเดียวกัน การศึกษาของ Wang et al. (2025) พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพของบริการ และความปลอดภัย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญขององค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ทั้งด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในด้านผลลัพธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ งานวิจัยของ Chen et al. (2023) พบว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่งผลดีต่อสุขภาพในมิติองค์รวม ได้แก่ สุขภาพกาย สุขภาพจิต และสุขภาพทางสังคม โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ เช่น การพักผ่อนในพื้นที่สีเขียว หรือการทำกิจกรรมกลางแจ้งสามารถช่วยลดความเครียดและเพิ่มความพึงพอใจในชีวิตได้ นอกจากนี้ การศึกษาทบทวนวรรณกรรมของ Müller et al. (2023) พบว่า แนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับสากลมุ่งเน้นการสร้าง “ประสบการณ์เชิงสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Wellness Experience)” ซึ่งเป็นการบูรณาการ

ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และกิจกรรมสุขภาพเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างคุณค่าและความพึงพอใจสูงสุดให้แก่นักท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ที่ 1 คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสหกรณ์ ตัวแทนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาคร ตัวแทนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ตัวแทนจากสถาบันการศึกษาที่จัดการศึกษาด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร ตัวแทนจากสถาบันการศึกษาที่จัดการศึกษาด้านการแพทย์แผนไทย/การแพทย์ทางเลือก/สปา และ ตัวแทนจากกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก จำนวนทั้งสิ้น 31 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และใช้ประชากรทั้งจำนวนเป็นกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างวัตถุประสงค์ที่ 2 และ 3 คือ ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสหกรณ์ ตัวแทนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาคร ตัวแทนจากองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ตัวแทนจากสถาบันการศึกษาที่จัดการศึกษาด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร ตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบลโคกขาม ตัวแทนจากสถาบันการศึกษาที่จัดการศึกษาด้านการแพทย์แผนไทย/การแพทย์ทางเลือก/สปา ตัวแทนจากกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ตัวแทนจากสถาบันการศึกษาที่จัดการศึกษาด้านการท่องเที่ยว สมาคมส่งเสริม

การท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสาคร สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสาคร และสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสาครจำนวนทั้งสิ้น 38 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 12,435 คน ใช้สูตรทาโร ยามาเน ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 134 คน ใช้สูตรทาโร ยามาเน ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured interview) แบบตัวต่อตัว และบันทึกข้อมูลด้วยการบันทึกเสียง การจดบันทึก และการบันทึกภาพนิ่ง โดยมีการคัดกรอง

2. แบบประเมินทรัพยากรที่โดดเด่นในเรื่องส่งเสริมสุขภาพ ที่มีการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นโดยมีค่าแอลฟ่าเท่ากับ 0.862 ซึ่งแบบประเมินเป็นการให้ค่าคะแนนแบบประมาณค่า (Rating scale) ตั้งแต่ 1-5 คะแนน ในแต่ละตัวชี้วัด คะแนน 1 หมายถึง ค่าคะแนนต่ำมาก และค่า 5 หมายถึง ค่าคะแนนสูงมาก และคะแนน 0 หมายถึง ไม่มีคะแนนและไม่นำมาคำนวณเป็นค่าต่ำสุด แปลความ ดังนี้ ร้อยละ 85-100 เท่ากับมีความโดดเด่น/ศักยภาพสูงมาก ร้อยละ 80-84.99 เท่ากับมีความโดดเด่น/ศักยภาพสูง ร้อยละ 75-79.99 เท่ากับมีความโดดเด่น/ศักยภาพปานกลาง ร้อยละ 70-74.99 เท่ากับมีความโดดเด่น/ศักยภาพน้อย และต่ำกว่าร้อยละ 70 เท่ากับมีความโดดเด่น/ศักยภาพน้อยมาก

3. การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในแนวทางการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยความโดดเด่นของทรัพยากรในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร

การวิเคราะห์ข้อมูล

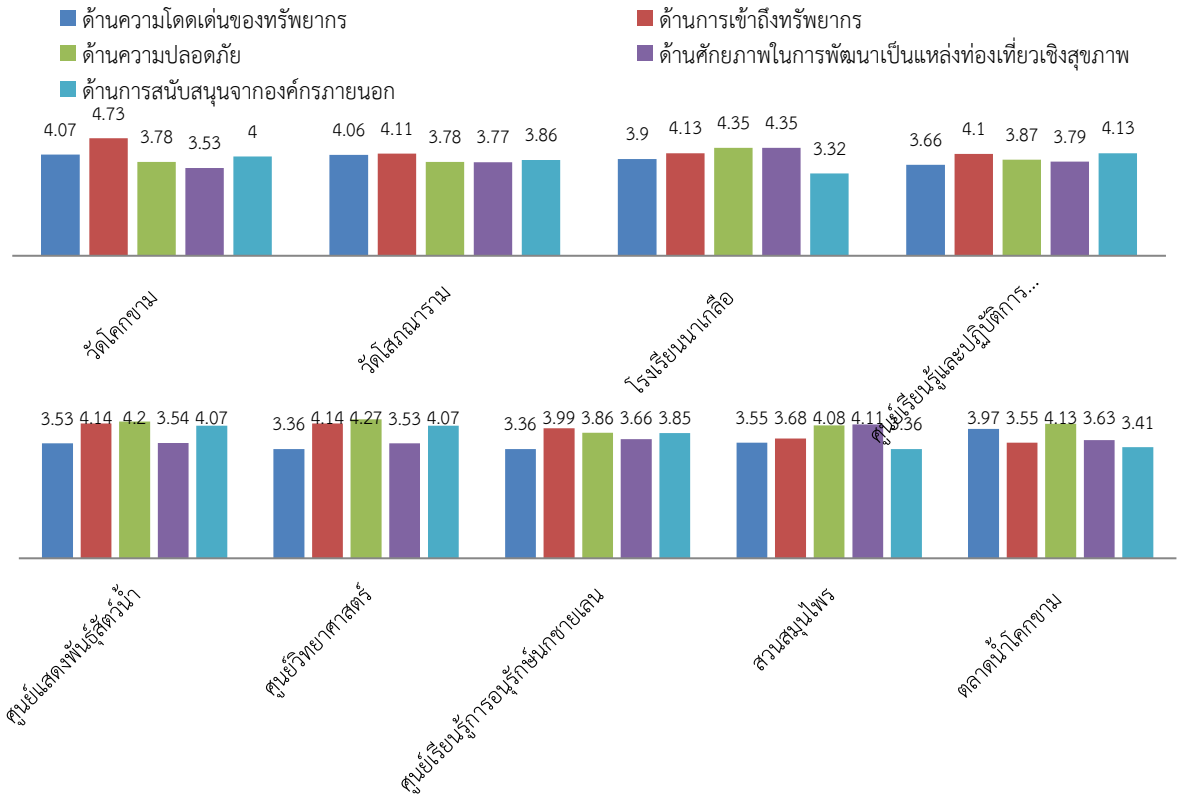
1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การหาสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ โดยใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสามเส้า (Triangulation)

ผลการวิจัย

การสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยความโดดเด่นของทรัพยากรในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาครในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะความโดดเด่น ศักยภาพและแยกประเภทแหล่งท่องเที่ยวจากทรัพยากรที่มีความโดดเด่นในพื้นที่ ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ดังแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 เปรียบเทียบข้อมูลลักษณะความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลโคกขาม

จากแผนภาพที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 9 แหล่ง พบว่าในภาพรวมทุกแหล่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.74–4.02 (ร้อยละ 74.71–80.42) โดยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง สะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่ตำบลโคกขามมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างดี แต่ยังมีความแตกต่างเชิงโครงสร้างในแต่ละแหล่งอย่างชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบรายแหล่ง พบว่า วัดโคกขาม มีค่าเฉลี่ยรวมสูงที่สุด (ร้อยละ 80.42) รองลงมาคือ วัดโสภณาราม (วัดบ้านขอม) (ร้อยละ 80.25) และโรงเรียนนาเกลือ (ร้อยละ 80.20) ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับสูง แสดงถึงความพร้อมของทรัพยากรโดยรวม โดยเฉพาะด้านการเข้าถึงทรัพยากรที่มีค่าคะแนนสูงในทุกแหล่ง กลุ่มแหล่งที่มีศักยภาพระดับปานกลาง ได้แก่ ศูนย์เรียนรู้และปฏิบัติการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติฯ (ร้อยละ 78.17) ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำสมุทรสาคร (ร้อยละ 77.88) และศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา (ร้อยละ 77.42) ซึ่งแม้จะมีจุดเด่นเฉพาะด้าน เช่น ความปลอดภัยและการสนับสนุนจากองค์กร แต่ยังมีข้อจำกัดด้านความโดดเด่นของทรัพยากรหรือศักยภาพเชิงสุขภาพ และกลุ่มที่มีศักยภาพค่อนข้างต่ำ ได้แก่ ศูนย์เรียนรู้การอนุรักษ์นกชายเลน (ร้อยละ 75.47) สวนสมุนไพร และศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง (ร้อยละ 75.11) และตลาดน้ำโคกขาม (ร้อยละ 74.71) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางค่อนไปทางน้อย สะท้อนถึงข้อจำกัดในหลายด้าน โดยเฉพาะการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกและการเข้าถึงทรัพยากร เมื่อพิจารณาเชิงมิติ พบแนวโน้มที่สอดคล้องกันในหลายแหล่ง ได้แก่ ด้านการเข้าถึงทรัพยากร เป็นจุดแข็งหลักของพื้นที่ โดยมีค่าคะแนนสูงในเกือบทุกแหล่ง (มากกว่า 80%) ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับดีถึงดีมากในหลายแหล่ง โดยเฉพาะโรงเรียนนาเกลือและศูนย์วิทยาศาสตร์ฯ ในทางตรงกันข้าม ด้านศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการสนับสนุนจากองค์กรภายนอก เป็นจุดอ่อนร่วม โดยหลายแหล่งมีค่าคะแนนต่ำกว่า 75%

2. การวิเคราะห์ศักยภาพ และแยกประเภทแหล่งท่องเที่ยวจากทรัพยากรที่มีความโดดเด่นในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ได้ดังนี้

2.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ ประกอบด้วย ศูนย์เรียนรู้และปฏิบัติการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมหาชัยฝั่งตะวันออก และศูนย์เรียนรู้การอนุรักษ์นกชายเลน ลักษณะเด่น คือ มีความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศชายฝั่ง ป่าชายเลน และความหลากหลายทางชีวภาพ มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง (≈ 75–78%) แม้จะมีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น แต่ยังขาดการพัฒนาเชิงกิจกรรม การสื่อความหมาย และการเข้าถึงบางประการ

2.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามวิถีชีวิต (ชุมชน) ประกอบด้วย โรงเรียนนาเกลือ สวนสมุนไพรและศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง และตลาดน้ำโคกขาม ลักษณะเด่น คือ สะท้อนวิถีชีวิตท้องถิ่น ภูมิปัญญาชุมชน อาหารพื้นบ้าน และการใช้ทรัพยากรในชีวิตประจำวัน มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างต่ำ (≈ 74–75%) โดยเฉพาะข้อจำกัดด้านการสนับสนุนจากองค์กรภายนอกและการจัดการ

2.3 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางศาสนาและวัฒนธรรม ประกอบด้วย วัดโคกขาม และวัดโสภณาราม (วัดบ้านขอม) ลักษณะเด่น คือ มีคุณค่าทางศาสนา ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชน มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง (≈ 80%) โดยเฉพาะด้านการเข้าถึงทรัพยากรและความโดดเด่นของแหล่ง

2.4 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบแต่งเติม ประกอบด้วย ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำสมุทรสาคร และศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาสมุทรสาคร ลักษณะเด่น คือ เป็นแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยว มีการจัดการพื้นที่ชัดเจน มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง (≈ 77–80%) โดยมีจุดเด่นด้านความปลอดภัยและการเข้าถึง

3. การเสนอแนะแนวทางการสร้างคุณค่าและมูลค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยความโดดเด่นของทรัพยากรในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จากการจัดประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า

3.1 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติเน้น**การสร้างคุณค่า**ทางสุขภาพและการฟื้นฟู ได้แก่ การพัฒนาเป็นกิจกรรมการเดินศึกษาธรรมชาติ (Forest Bathing) การออกกำลังกายกลางแจ้ง เช่น เดิน วิ่ง และปั่นจักรยาน การสร้างประสบการณ์การพักผ่อนที่ช่วยลดความเครียด และการส่งเสริมการเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการดูแลสุขภาพ

3.2 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางศาสนาและวัฒนธรรม เน้น**การสร้างคุณค่า**ในลักษณะความสงบและการพัฒนาจิตใจ ได้แก่ การจัดกิจกรรมทำสมาธิ และปฏิบัติธรรม การพัฒนาเป็นพื้นที่พักผ่อนเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) และการใช้พื้นที่เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านสุขภาพแบบองค์รวม

3.3 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบแต่งเติม เน้น**การสร้างคุณค่า**ใหม่ด้านประสบการณ์ ได้แก่ กิจกรรมการเรียนรู้เชิงผ่อนคลาย (Relaxation Learning) เช่น การชมสัตว์น้ำเพื่อลดความเครียด การเดินชมสัตว์น้ำแบบมีการกำกับลมหายใจ (Mindful Walking) ให้ความรู้เรื่องโภชนาการจากสัตว์น้ำ เชื่อมโยงองค์ความรู้ด้านอาหารทะเลเพื่อสุขภาพ และพัฒนาเส้นทางการเรียนรู้ให้เป็นกิจกรรมเดินชมแบบช้า (Slow Tourism)

3.4 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามวิถีชีวิต (ชุมชน) เน้น**การสร้างคุณค่า**ในลักษณะประสบการณ์และอัตลักษณ์ชุมชน ได้แก่ การออกแบบกิจกรรมเรียนรู้ เช่น การทำอาหารพื้นบ้าน

เพื่อสุขภาพ การเรียนรู้วิถีชีวิตชาวนาเกลือ การถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านสมุนไพรและอาหารสุขภาพ และการสร้างเรื่องราว (Storytelling) เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีศักยภาพในระดับมากถึงปานกลาง โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนาและวัฒนธรรม เช่น วัดโคกขาม และวัดโสภณาราม (วัดบ้านขอม) รวมถึงแหล่งเรียนรู้ เช่น โรงเรียนนาเกลือ ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของ Medlik และ Middleton (1973 อ้างถึงใน Middleton, 1994) ที่ระบุว่า สิ่งดึงดูดใจ (attractions) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนาและวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามวิถีชีวิต ซึ่งมีอัตลักษณ์ชัดเจนและสะท้อนวิถีชีวิตของชุมชน ส่งผลให้มีความโดดเด่นและสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้อย่างมีศักยภาพ สอดคล้องกับรายงานของ Global Wellness Institute (2024) ที่ระบุว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนมีแนวโน้มสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวประเภทศูนย์การเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวแบบแต่งเติม เช่น ศูนย์แสดงพันธุ์สัตว์น้ำ ศูนย์วิทยาศาสตร์ และศูนย์เรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพในระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่าถึงแม้จะมีองค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจในรูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built attractions) แต่ยังขาดการพัฒนาในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างชัดเจน ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ Smith และ Puczko (2009) และ Mueller และ Kaufmann (2001) ที่ระบุว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำเป็นต้องพิจารณาศักยภาพของทรัพยากรและบริการอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness tourism) ซึ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ด้านสุขภาพแบบองค์รวม

เมื่อพิจารณาในมิติขององค์ประกอบสุขภาพทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ สุขภาพกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ (Bushell & Sheldon, 2009) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลโคกขามยังสามารถพัฒนาเพิ่มเติมได้ โดยเฉพาะการออกแบบกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับการส่งเสริมสุขภาพ เช่น กิจกรรมสมาธิในวัด กิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน กิจกรรมออกกำลังกายในธรรมชาติ หรือกิจกรรมจิตอาสา ซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่าการเข้าถึง และความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Zhang et al. (2022) และ Wang et al. (2025) ที่พบว่าปัจจัยด้านการเข้าถึง ความปลอดภัย และคุณภาพบริการ มีผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว ผลการศึกษาสอดคล้องกับ Luo et al. (2023) ที่พบว่า การรับรู้คุณค่าและประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ควรมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์แบบองค์รวม ตั้งแต่ก่อน ระหว่าง และหลังการเดินทาง ขณะเดียวกัน ผลการศึกษาของ Chen et al. (2023) และ Müller et al. (2023) ยังชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรมุ่งเน้นการบูรณาการทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และ

กิจกรรมสุขภาพเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างประสบการณ์เชิงสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Wellness Experience) ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับพื้นที่ตำบลโคกขาม โดยการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทเข้าด้วยกัน อย่างไรก็ตาม แหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง เช่น ตลาดน้ำโคกขาม มีศักยภาพในระดับน้อย สะท้อนถึงข้อจำกัดในด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง และการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อยกระดับศักยภาพให้สามารถแข่งขันได้ ดังนั้น จากผลการศึกษาและการอภิปรายตามแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ตำบลโคกขามควรมุ่งเน้นการพัฒนาองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้ครบถ้วน ทั้งด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงควบคู่กับการออกแบบกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม และการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อยกระดับศักยภาพของพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 3 แสดงคุณลักษณะและความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวตำบลโคกขาม

จากแผนภาพที่ 3 แสดงให้เห็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ตำบลโคกขาม โดยเริ่มจากทรัพยากรการท่องเที่ยว 4 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว จากนั้นนำไปสู่การพัฒนากิจกรรมเชิงสุขภาพที่ครอบคลุมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ พร้อมทั้งเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่าย ส่งผลให้เกิดประสบการณ์เชิงสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Wellness

Experience) ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และก่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะยาว

สรุป

แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ วัดโคกขาม วัดโสภณาราม (วัดบ้านขอม) และโรงเรียนนาเกลือ ซึ่งมีความโดดเด่นด้านทรัพยากรและการเข้าถึง ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง และมีเพียงตลาดน้ำโคกขามที่มีศักยภาพในระดับน้อย เมื่อจำแนกประเภทแหล่งท่องเที่ยว พบว่า สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวตามวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวแบบแต่งเติม ซึ่งสะท้อนถึงความหลากหลายของทรัพยากรในพื้นที่ แนวทางการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลโคกขามเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ ธรรมชาติ วิถีชีวิต ศาสนาและวัฒนธรรม และแหล่งแบบแต่งเติมเข้าด้วยกันเป็นเส้นทางประสบการณ์สุขภาพที่ต่อเนื่องตั้งแต่การฟื้นฟูร่างกาย เรียนรู้วิถีชุมชน ไปจนถึงการพัฒนาจิตใจ โดยใช้กิจกรรม ผลิตภัณฑ์ และบริการเชิงสุขภาพเป็นตัวกลางในการบูรณาการ เพื่อสร้างคุณค่าแบบองค์รวมและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนของชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงให้เป็นต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และยกระดับแหล่งที่มีศักยภาพปานกลาง โดยเน้นการพัฒนาองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้ครบถ้วน

1.2 ควรออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สอดคล้องกับแนวคิดสุขภาพแบบองค์รวม เพื่อสร้างคุณค่าและประสบการณ์ที่แตกต่างให้แก่นักท่องเที่ยว

1.3 ควรส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกระจายรายได้สู่ชุมชน

1.4 ควรสนับสนุนบทบาทของชุมชนและภาคีเครือข่าย ทั้งด้านการบริหารจัดการ การตลาด และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์ของชุมชนมากกว่าการพัฒนาตามกระแสนิยม เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชิงลึกเพื่อค้นหาอัตลักษณ์และตัวตนของชุมชนเพื่อสร้างความโดดเด่นการจดจำให้กับนักท่องเที่ยว

2.2 ควรศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นกลุ่มเฉพาะ เพื่อสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ตรงประเด็น

ได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ร่วมกับโครงการวิจัยมูลฐานมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ รหัสโครงการ A27/2565 โครงการวิจัยเรื่องการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การเป็น

ชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยความโดดเด่นของทรัพยากรในพื้นที่ตำบลโคกขาม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ปีงบประมาณ 2565

เอกสารอ้างอิง

วิสาหกิจชุมชนบ้านสหกรณ์. (2565). *สมุดบันทึกบัญชีวิสาหกิจชุมชนบ้านสหกรณ์*. วิสาหกิจชุมชนบ้านสหกรณ์.

อภิชาติ ตะกรุดทอง. (2562). *การสร้างเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวโดยชุมชน เครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวเพชรสมุทรคีรี*. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาภาคตะวันตก.

Bushell, R., & Sheldon, P. J. (2009). *Wellness and tourism: Mind, body, spirit, place*. New York: Cognizant Communication Corporation.

Clare A. Gunn. (1994). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (3rd ed.). Taylor & Francis.

Chen, K., Liu, H., & Chang, F. (2023). Dimensions of the health benefits of wellness tourism. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *20*(5), 4339. https://www.mdpi.com/1660-4601/20/5/4339.

Erkanli, E., Kilic, H., & Ozturen, A. (2024). Sustainable recovery in health tourism: Managerial insights from a Mediterranean destination during the COVID-19 pandemic. *Sustainability*, *16*(18), 8171.

Erfurt-Cooper, P., & Cooper, M. (2008). *Health and wellness tourism: Spa and hot springs*. Bristol, UK: Channel View.

Global Wellness Institute. (2024). *Global Wellness Economy Monitor 2024*. https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2024-wellness-policy-toolkit-wellness-in-tourism/?utm_source=chatgpt.com.

Luo, Y., Huang, S., & Brown, G. (2023). Comparative analysis of wellness tourism intention. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10. https://www.nature.com/articles/s41599-023-01997-0.

Middleton, V. T. C. (1994). *Marketing in travel and tourism* (2nd ed.). Oxford: Heinemann Professional Publishing.

Mueller, H., & Kaufmann, E. L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for hotel industry. *Journal of Vacation Marketing, 7*(1), 5–17.

Müller, H., Lanz Kaufmann, E., & others. (2023). Wellness tourism: Trends and research directions. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9869067.

Philip Kotler, & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Smith, M., & Puczko, L. (2009). *Health, tourism and hospitality: Spas, wellness and medical travel*. Burlington, MA: Elsevier.

Victor T. C. Middleton, & Clarke, J. (2001). *Marketing in travel and tourism* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann.

Wang, Y., Li, X., & Chen, Y. (2025). Determinants of wellness tourism and behavioral intentions. *Sustainability*, *17*(17). https://www.mdpi.com/2071-1050/17/17/7824.

World Tourism Organization. (2019). *UNWTO tourism definitions*. Madrid, Spain: Author.

Zhang, Y., Li, X., & Chen, Y. (2022). Factors influencing wellness tourism intention. *Sustainability*, *14*(9). https://www.mdpi.com/2071-1050/15/3/1872?utm_source=chatgpt.com.

อิทธิพลของการรับรู้สุขภาพและคุณค่ารับรู้ต่อความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพ: บทบาทส่งผ่านของทัศนคติผู้บริโภค

THE INFLUENCE OF HEALTH PERCEPTION AND PERCEIVED VALUE ON PURCHASE INTENTION FOR A HEALTHY TAMARIND DRINK: THE MEDIATING ROLE OF CONSUMER ATTITUDE

ชัยศักดิ์ คล้ายแดง, อัศวิน เตชะเจริญวิกุล และสุภาพร อรรคพิณ*
Chaisak Klaidaeng, Aswin Techacharoenwikul and Supaphorn Akkapin*
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep
*Corresponding Author E-mail: supaphorn.a@mail.rmutk.ac.th
Received January 16, 2026; **Revised** April 23, 2026; **Accepted** April 23, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) อธิบายกลไกความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคไทย ผ่านแบบจำลองเชิงสาเหตุที่เชื่อมโยงการรับรู้สุขภาพ (Health Perception: HP) คุณค่ารับรู้ (Perceived Value: PV) ทัศนคติผู้บริโภค (Consumer Attitude: ATT) และความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention: PI) (2) ตรวจสอบอิทธิพลทางตรงของ HP และ PV ต่อ ATT และ PI และ (3) ทดสอบบทบาทส่งผ่านของ ATT ระหว่าง HP/PV กับ PI ในบริบทเครื่องดื่มสุขภาพจากวัตถุดิบมะขามหวาน กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคชาวไทยที่มีประสบการณ์บริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ จำนวน 268 คน ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกผ่านแบบสอบถามออนไลน์มาตราส่วนลิเคิร์ต 7 ระดับ ข้อมูลวิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการโครงสร้างแบบส่วนย่อย (PLS-SEM, SmartPLS) และการสุ่มซ้ำ (bootstrapping)

ผลการวิจัย พบว่า HP มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ PV และ ATT และ PV มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ATT และสามารถทำนาย PI ได้อย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ ATT ไม่ส่งผลต่อ PI อย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้บทบาทส่งผ่านของ ATT ระหว่าง (1) HP กับ PI และ (2) PV กับ PI ไม่ได้รับการสนับสนุน เนื่องจากช่วงความเชื่อมั่น 95% ของผลทางอ้อมครอบศูนย์ ผลโดยรวมชี้ว่า คุณค่ารับรู้ เป็นกลไกหลักที่แปลงการรับรู้ด้านสุขภาพไปสู่ความตั้งใจซื้อ ผู้บริโภคอาศัยการประเมินคุณภาพ ความคุ้มค่า และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์มากกว่าทัศนคติเพียงอย่างเดียว ข้อค้นพบนี้ช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคต่อเครื่องดื่มสุขภาพจากมะขามหวาน และเสนอแนวทางเชิงปฏิบัติให้ผู้ประกอบการเน้นกลยุทธ์สร้างคุณค่ารับรู้ผ่านคุณภาพ ตำแหน่งความคุ้มค่า และข้อมูลด้านสุขภาพที่น่าเชื่อถือ เพื่อเพิ่มความตั้งใจซื้อในตลาดเครื่องดื่มสุขภาพของไทย

คำสำคัญ: การรับรู้สุขภาพ, คุณค่ารับรู้, ทัศนคติผู้บริโภค, ความตั้งใจซื้อ, มะขามหวาน

Abstract

This study aimed (1) to explain the mechanism underlying the purchase intentions of Thai consumers' toward a healthy sweet tamarind drink by proposing a causal model linking health perception (HP), perceived value (PV), consumer attitude (ATT), and purchase intention (PI), (2) to examine the direct effects of HP and PV on ATT and PI, and (3) to test the mediating role of ATT in the relationships between HP/PV and PI in the context of a sweet tamarind–based health beverage. Data were collected from 268 Thai consumers with experience in the consumption of healthy beverages using an online questionnaire with a 7-point Likert scale and convenience sampling. The data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in SmartPLS with bootstrapping.

The results showed that HP has positive effects on PV and ATT, and that PV positively affects ATT and significantly predicts PI. In contrast, ATT does not significantly predict PI, so the mediating effects of ATT on the relationships between (1) HP and PI and (2) PV and PI are not supported because the 95% confidence intervals of the indirect effects include zero. Overall, the findings indicate that perceived value is the key mechanism translating health-related perceptions into purchase intention. Consumers rely more on evaluations of product quality, value for money, and credibility than on attitude alone when forming purchase intentions toward a healthy sweet tamarind drink. These findings enrich the understanding of consumer behavior toward healthy beverages made from sweet tamarind and provide practical guidance for business operators. Strategies that build perceived value through clear quality cues, value-for-money positioning, and credible health information are recommended to enhance consumers' purchase intentions in the Thai health-beverage market.

Keywords: Health Perception, Perceived Value, Consumer Attitude, Purchase Intention, Sweet Tamarind

บทนำ

ในประเทศไทย ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพขยายตัวสู่ผลิตภัณฑ์หลากหลาย เช่น น้ำผลไม้ไม่เติมน้ำตาล เครื่องดื่มสมุนไพรพร้อมดื่ม และเครื่องดื่มฟังก์ชันที่ชูจุดขายด้านพลังงาน ความงาม หรือภูมิคุ้มกัน (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2566) ขณะเดียวกันมีความพยายามต่อยอดทรัพยากรการเกษตรและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Mungkhun et al., 2021; Ruengdet et al., 2023) มะขามหวานซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของหลายจังหวัด โดยเฉพาะเพชรบูรณ์และอุตรดิตถ์ จึงมีศักยภาพพัฒนาเป็น "เครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพ" (รักชนก, 2568; Sangnak et al., 2025) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นและแนวคิดการบริโภคเชิงสุขภาพ (Sirikudta, 2014) อย่างไรก็ดี เครื่องดื่มประเภทนี้ยังไม่เป็นที่คุ้นเคยเมื่อเทียบ

กับน้ำอัดลม ชาพร้อมดื่ม หรือกาแฟกระป๋อง และยังเผชิญข้อท้าทายด้านการรับรู้คุณภาพ ภาพลักษณ์เชิงสุขภาพ และความคุ้มค่า (NIQ, 2024) จึงเกิดคำถามว่าปัจจัยด้านสุขภาพและการรับรู้มูลค่ามีผลต่อการยอมรับและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคไทยอย่างไร

การบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ ขณะที่เครื่องดื่มจากวัตถุดิบท้องถิ่นอย่างมะขามหวานยังไม่แพร่หลายในระดับเดียวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพกระแสหลัก การรับรู้สุขภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Fathin et al., 2023) และงานวิจัยในไทยส่วนใหญ่ยังเน้นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เกษตรแปรรูป และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากกว่าพฤติกรรมผู้บริโภค (Sirikudta, 2014; รักชนก, 2568; Sangnak et al., 2025) จึงยังขาดหลักฐานเชิงประจักษ์เกี่ยวกับการรับรู้สุขภาพ คุณค่ารับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพในบริบทตลาดเครื่องดื่มสุขภาพที่มีการแข่งขันสูง งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งศึกษากลไกความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สุขภาพ (HP) คุณค่ารับรู้ (PV) ทัศนคติผู้บริโภค (ATT) และความตั้งใจซื้อ (PI) โดยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณแบบสำรวจเชิงพรรณนา–เชิงสาเหตุ เพื่อเติมเต็มช่องว่างองค์ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคต่อเครื่องดื่มสุขภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่น และเสนอข้อแนะนำเชิงปฏิบัติด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารการตลาดสำหรับผู้ประกอบการและชุมชนในห่วงโซ่มูลค่ามะขามหวาน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้สุขภาพ คุณค่ารับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานสูตรสุขภาพของผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาผลของการรับรู้สุขภาพและคุณค่ารับรู้ต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานสูตรสุขภาพ
3. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของทัศนคติในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สุขภาพและคุณค่ารับรู้กับความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานสูตรสุขภาพ

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้สุขภาพ

การรับรู้ความเสี่ยงและประโยชน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านสุขภาพ (Rosenstock et al., 1988) และเชื่อมโยงกับ Theory of Planned Behavior ที่มองว่าทัศนคติและการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมกำหนดความตั้งใจเลือกพฤติกรรมด้านสุขภาพ (Ajzen, 1991) ในบริบทเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพการรับรู้สุขภาพจึงถูกมองเป็นปัจจัยต้นน้ำที่กำหนดกรอบการประเมินผลิตภัณฑ์และมีผลต่อทั้งการตีความคุณค่า ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อ

2. แนวคิดคุณค่ารับรู้ (Perceived Value)

ในด้าน “คุณค่ารับรู้” วรรณกรรมการตลาดมักให้นิยามว่าเป็นการชั่งน้ำหนักระหว่างประโยชน์ที่ได้รับกับต้นทุนที่จ่าย ทั้งในมิติด้านคุณภาพ ราคา อารมณ์ และสังคม ตามกรอบ PERVAL ของ Sweeney และ Soutar ซึ่งมองคุณค่ารับรู้เป็นโครงสร้างหลายมิติที่ผสานทั้งคุณค่าเชิงหน้าที่และคุณค่า

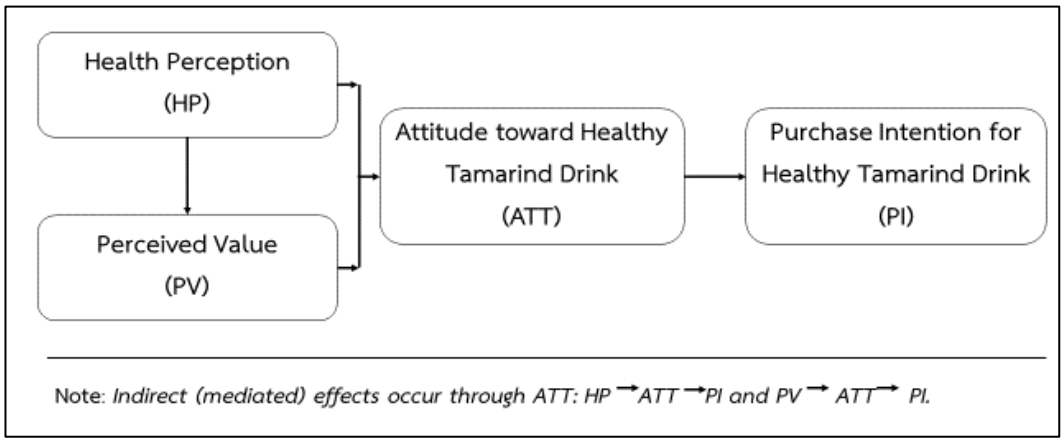
เชิงประสบการณ์เข้าด้วยกัน (Sweeney & Soutar, 2001) ในบริบทเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ คุณค่าด้านคุณภาพหรือหน้าที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้วัตถุดิบ ความปลอดภัย และประโยชน์ต่อสุขภาพ ขณะที่คุณค่าด้านราคาเชื่อมโยงกับความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย ส่วนคุณค่าทางอารมณ์และสังคมสะท้อนความรู้สึกดี ภาพลักษณ์การใส่ใจสุขภาพ และการยอมรับจากผู้อื่น งานวิจัยร่วมสมัยยังยืนยันว่าการรับรู้คุณค่ารวมในระดับสูงส่งผลให้ทัศนคติและความตั้งใจซื้อเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในสินค้าบริโภคเพื่อสุขภาพและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะเชิงฟังก์ชันเด่นชัด

3. ทัศนคติและความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

ทัศนคติของผู้บริโภคต่อพฤติกรรมถูกอธิบายภายใต้กรอบ Theory of Reasoned Action (TRA) และ Theory of Planned Behavior (TPB) ซึ่งมองว่าทัศนคติเป็นตัวทำนายหลักของเจตนาพฤติกรรม (Ajzen, 1991) ในบริบทอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ งานวิจัยรุ่นใหม่รายงานว่าการรับรู้คุณค่าทางโภชนาการ ความเสี่ยงด้านสุขภาพ และข้อมูลประกอบบนฉลากผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการก่อตัวทัศนคติในเชิงบวก และทัศนคติที่ดีมีแนวโน้มส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคหรือซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ความตั้งใจซื้อ (purchase intention) จึงยังคงถูกใช้เป็นตัวชี้วัดสำคัญของเจตนาพฤติกรรม โดยเฉพาะในสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ซึ่งผู้บริโภคต้องประเมินทั้งคุณภาพ การรับรู้ความเสี่ยง และคุณค่ารับรู้ก่อนตัดสินใจ งานวิจัยยังพบว่าปัจจัยที่ทำนายความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มฟังก์ชันมีความแตกต่างกันตามประเภทผลิตภัณฑ์ โดยทัศนคติไม่ใช่ตัวทำนายเดียวที่สำคัญ (Kowalska et al., 2024)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎี TRA/TPB ของ Ajzen (1991) และแนวคิด/ทฤษฎี PERVAL ของ Sweeney & Soutar (2001) โดยมี HP และ PV เป็นตัวแปรต้น ATT เป็นตัวแปรส่งผ่าน และ PI เป็นตัวแปรตาม ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจเชิงพรรณนา–เชิงสาเหตุ เพื่อศึกษาอิทธิพลของ HP และ PV ต่อ PI โดยมี ATT เป็นตัวแปรส่งผ่าน ประชากร คือ ผู้บริโภคชาวไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปที่มีประสบการณ์หรือความสนใจบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เช่น น้ำผลไม้ไม่เติมน้ำตาล เครื่องดื่มสมุนไพร หรือเครื่องดื่มฟังก์ชัน เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่ชัดได้ จึงกำหนดขนาดตัวอย่างตามเกณฑ์ PLS-SEM ที่แนะนำ 10–20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกต (Hayes, 2018) โดยตั้งเป้าหมายไม่น้อยกว่า 300 คน และกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่มีคุณสมบัติดังกล่าว จำนวน 268 คน ซึ่งตอบแบบสอบถามครบถ้วนและผ่านการคัดกรองข้อมูลแล้ว โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (convenience sampling) ผ่านช่องทางออนไลน์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (2) การรับรู้สุขภาพ (HP) 4 ข้อ พัฒนาจากแนวคิด health consciousness ครอบคลุมการให้ความสำคัญกับสุขภาพและการเลือกอาหารเครื่องดื่ม (3) คุณค่ารับรู้ (PV) 9 ข้อ ตามกรอบ PERVAL ครอบคลุมมิติคุณภาพ/หน้าที่ ราคา อารมณ์ และสังคม (Sweeney & Soutar, 2001) (4) ทัศนคติ (ATT) 4 ข้อ ดัดแปลงจากกรอบ TPB (Ajzen, 1991) และ (5) ความตั้งใจซื้อ (PI) 4 ข้อ ครอบคลุมความตั้งใจทดลองซื้อ การซื้อซ้ำ และการแนะนำผู้อื่น ทุกส่วนใช้มาตราส่วนลิเคิร์ต 7 ระดับ (1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 7 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง) แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้ค่า IOC ของมาตร HP = 0.–0. มาตร PV = 0.–0. มาตร ATT = 0.–0. และมาตร PI = 0.–0. (ทุกข้อผ่านเกณฑ์ ≥ 0.50) และทดสอบความเชื่อมั่นกับกลุ่มนำร่อง 30 คน ได้ค่า Cronbach's alpha รวม = 0.940 อยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 1 แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Statistics)

ตัวแปร / แบบสอบถาม	Cronbach's Alpha	จำนวนข้อ (N of Items)
แบบสอบถามฉบับรวม / ทั้งชุด	0.940	21

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการในรูปแบบออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถาม Google Forms เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์ การรักษาความลับและขอความยินยอมโดยสมัครใจก่อนตอบแบบสอบถาม โดยจำกัดการตอบหนึ่งครั้งต่อหนึ่งบัญชีและตรวจสอบความครบถ้วนก่อนวิเคราะห์ แบบสอบถามไม่เก็บข้อมูลส่วนบุคคลที่ระบุตัวตน ข้อมูลถูกจัดเก็บในรูปแบบดิจิทัล จำกัดการเข้าถึงเฉพาะผู้วิจัย ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางวิชาการในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2567 – มีนาคม 2568 การวิจัยจัดอยู่ในระดับความเสี่ยงต่ำ และผู้ตอบสามารถยุติการตอบได้ทุกเวลาโดยไม่เกิดผลเสีย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามด้วยโปรแกรม SPSS และ SmartPLS และการนำเสนอผลการศึกษาวิจัย สถิติดังต่อไปนี้

1) สถิติเชิงพรรณนาอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบและพฤติกรรมดูแลสุขภาพ การบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร HP, PV, ATT และ PI

2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ภายใต้กรอบ PLS-SEM เพื่อตรวจสอบโมเดลการวัด โดยพิจารณา factor loadings, AVE, Composite Reliability (CR) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนกตามเกณฑ์ HTMT (Hayes, 2018)

3) การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยวิธี PLS-SEM เพื่อทดสอบสมมติฐาน H1–H7 โดยประเมินค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (path coefficients) ค่า R^2 และดัชนีที่เกี่ยวข้อง พร้อมทดสอบนัยสำคัญด้วยเทคนิคการสุ่มซ้ำ (bootstrapping)

4) การทดสอบบทบาทส่งผ่านของทัศนคติ (mediation) โดยวิเคราะห์ผลทางอ้อม (indirect effects) ภายใต้กรอบ SEM ด้วยวิธี bootstrapping และพิจารณาช่วงความเชื่อมั่น 95% ของผลทางอ้อม หากช่วงความเชื่อมั่นไม่ครอบศูนย์ถือว่าผลส่งผ่านมีนัยสำคัญ (Hayes, 2018)

ผลการวิจัย

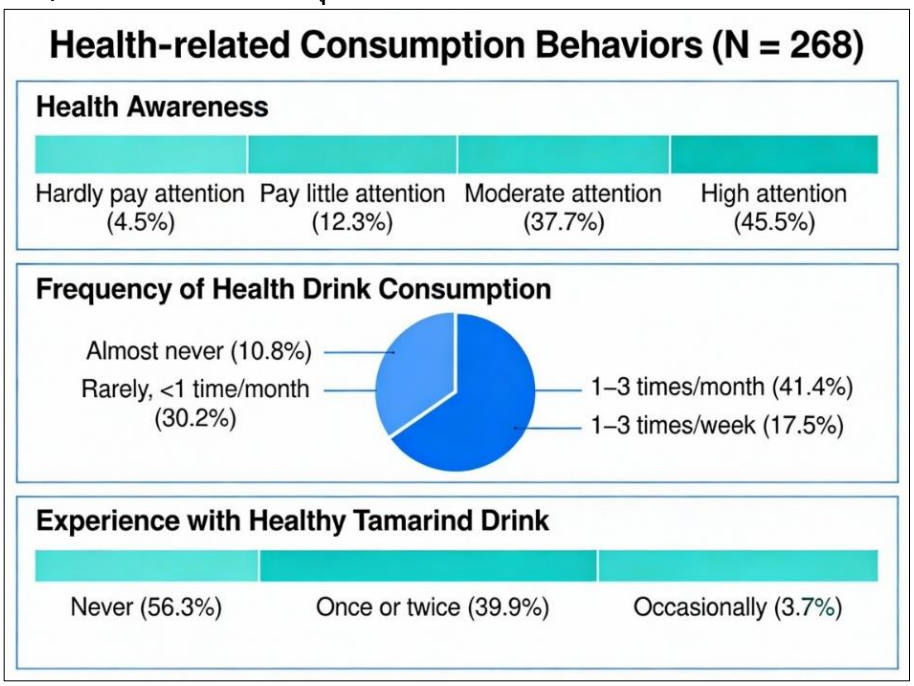
1. ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

หมวดหมู่	กลุ่มย่อย	N	%	หมวดหมู่	กลุ่มย่อย	N	%
เพศ	ชาย	84	31.3	**ระดับการศึกษา**	ต่ำกว่าปริญญาตรี	37	13.8
	หญิง	**184**	**68.7**		**ปริญญาตรี**	**103**	**38.4**
ช่วงอายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	29	10.8		ปริญญาโท	80	29.9
	20–29 ปี	33	12.3		ปริญญาเอก	47	17.5
	30–39 ปี	50	18.7	**อาชีพ**	นักเรียน/นักศึกษา	31	11.6
	40–49 ปี	**95**	**35.4**		ข้าราชการ/พนักงาน	80	29.9
	50–59 ปี	41	15.3		**ธุรกิจส่วนตัว**	**96**	**35.8**
	มากกว่า 60 ปี	20	7.5		อื่น ๆ	60	22.4
สถานภาพสมรส	**โสด**	**123**	**45.9**	**รายได้ต่อเดือน**	ต่ำกว่า 15,000 บาท	38	14.2
	สมรส	119	44.4		**15,001–30,000 บาท**	**98**	**36.6**
	อื่น ๆ	26	9.7		30,001–50,000 บาท	86	32.1
					มากกว่า 50,000 บาท	46	17.2

ตารางที่ 2 แสดงกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้มีจำนวน 268 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในวัยทำงานช่วงกลางเป็นหลัก โดยเฉพาะช่วงอายุ 40–49 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนมากอยู่ในช่วง 15,001–30,000 บาท โดยประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และข้าราชการหรือพนักงานบริษัท สะท้อนศักยภาพในการจับจ่ายในตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

2. พฤติกรรมการบริโภคด้านสุขภาพ



แผนภาพที่ 2 แสดงพฤติกรรมการบริโภคด้านสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม (N = 268)

ผู้ตอบส่วนใหญ่ประเมินว่าตนเองดูแลสุขภาพในระดับปานกลางถึงสูง และดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเป็นประจำ ขณะที่มากกว่าครึ่งยังไม่เคยดื่มเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพ หรือดื่มเพียงเป็นครั้งคราว สะท้อนว่าผลิตภัณฑ์ยังอยู่ในช่วงการสร้างการรับรู้และขยายฐานผู้บริโภคดังแสดงในแผนภาพที่ 2

3. การรับรู้สุขภาพ คุณค่ารับรู้ ทัศนคติผู้บริโภค และความตั้งใจซื้อ (HP, PV, ATT, PI)

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลจากการวิจัย พบว่า การรับรู้สุขภาพ (HP) คุณค่ารับรู้ (PV) ทัศนคติผู้บริโภค (ATT) และความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานสูตรสุขภาพ (PI) ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับสูงทุกด้าน สะท้อนว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ มองว่าเครื่องดื่มมะขามหวานสูตรสุขภาพมีคุณภาพ คุ้มค่า และมีทัศนคติรวมถึงความตั้งใจซื้อในเชิงบวก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้สุขภาพ คุณค่ารับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานสูตรสุขภาพของผู้บริโภค

มิติการวัด	ข้อ	ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.
การรับรู้ด้านสุขภาพ (HP)	HP1	ฉันให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพของตนเองเป็นอย่างมาก	6.34	0.47
	HP2	ฉันพยายามเลือกอาหารและเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพอยู่เสมอ	6.41	0.50
	HP3	ฉันเชื่อว่าการเลือกดื่มเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพสามารถช่วยป้องกันปัญหาสุขภาพได้	6.41	0.50

มิติการวัด	ข้อ	ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.
	HP4	ฉันมักอ่านข้อมูลโภชนาการหรือข้อความเกี่ยวกับสุขภาพบนบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่ม	6.39	0.50
คุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ (Perceived Value - PV)				
คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย/คุณภาพ (Functional/ Quality Value)	PV1	เครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพนี้มีคุณภาพโดยรวมที่ดี	6.35	0.48
	PV2	เครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพนี้มีส่วนผสมที่ฉันเชื่อว่าดีต่อสุขภาพ	6.35	0.50
คุณค่าด้านราคา (Price Value – PV)	PV3	ราคาเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพนี้สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับสิ่งที่ได้รับ	6.38	0.51
	PV4	โดยรวมแล้ว ฉันรู้สึกว่าเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพนี้คุ้มค่ากับเงินที่จ่าย	6.30	0.51
คุณค่าด้านอารมณ์ (Emotional Value)	PV5	การดื่มเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพนี้ทำให้ฉันรู้สึกดี	6.30	0.47
	PV6	ฉันรู้สึกมีความสุขเมื่อเลือกดื่มเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพ	6.31	0.48
	PV7	การดื่มเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพนี้ทำให้ฉันรู้สึกมีพลังและกระปรี้กระเปร่า	6.30	0.51
- คุณค่าด้านสังคม (Social Value)	PV8	การดื่มเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพนี้ทำให้ฉันรู้สึกว่าตนเองใส่ใจสุขภาพ	6.33	0.49
	PV9	การเลือกดื่มเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพทำให้ฉันรู้สึกว่าภาพลักษณ์ของฉันดูดีขึ้น	6.30	0.49
ทัศนคติของผู้บริโภค (Consumer Attitude - ATT)	ATT1	การดื่มเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพเป็นสิ่งที่ดีสำหรับฉัน	6.31	0.49
	ATT2	ฉันมีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพ	6.32	0.50
	ATT3	สำหรับฉัน การเลือกเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพเป็นทางเลือกที่เหมาะสมต่อสุขภาพ	6.33	0.49
	ATT4	โดยรวมแล้ว ฉันรู้สึกบวกต่อการดื่มเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพ	6.28	0.47
ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention – PI)	PI1	หากมีขาย ฉันมีแนวโน้มจะซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพนี้	6.31	0.49
	PI2	ฉันตั้งใจจะลองซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพในอนาคตอันใกล้	6.39	0.51

มิติการวัด	ข้อ	ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	S.D.
	PI3	ฉันคาดว่าจะซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพนี้เป็นประจำ หากหาซื้อได้สะดวก	6.33	0.52
	PI4	ฉันยินดีแนะนำเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพนี้ให้คนรอบข้างลองดื่ม	6.37	0.53

หมายเหตุ: *ทุกรายการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ "เห็นด้วยมาก" (M ≥ 6.00 จากคะแนนเต็ม 7)*

จากตารางที่ 3 ผลสถิติเชิงพรรณนา พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (≥ 6 จาก 7) สะท้อนว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ มองเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพในเชิงคุณภาพดี คุ้มค่า และสร้างความรู้สึกดี โดยมีทัศนคติเชิงบวกและมีแนวโน้มจะทดลองซื้อหากหาซื้อได้สะดวก

4. ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM/PLS-SEM)

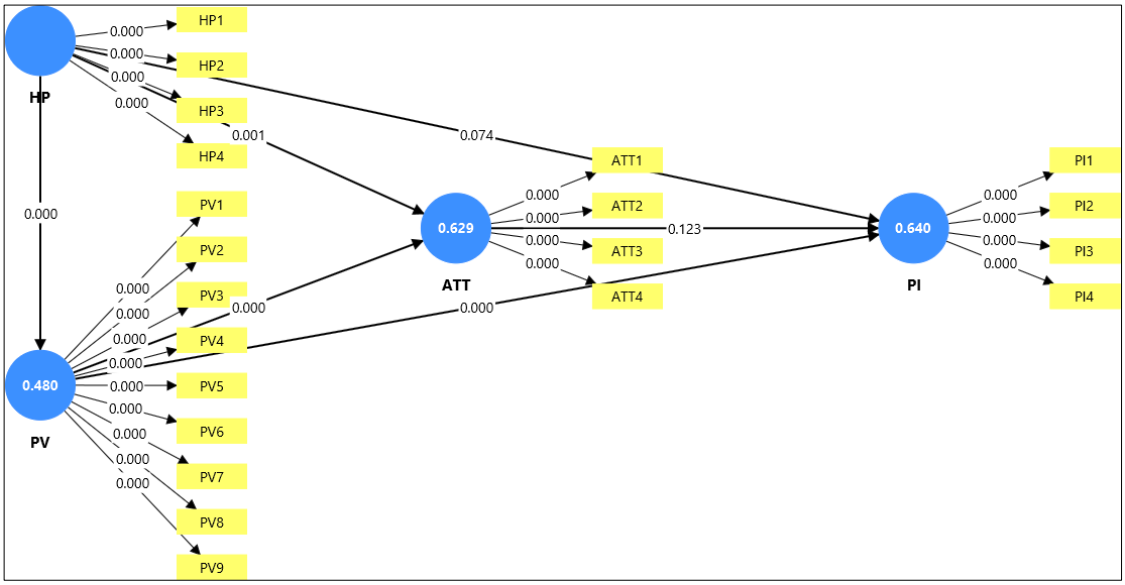
การประเมินโมเดลการวัด พบว่า ตัวชี้วัดของ HP, PV, ATT และ PI มีค่า factor loading, AVE และ Composite Reliability (CR) อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ สะท้อนว่ามาตรวัดมีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นเพียงพอ ค่า R^2 ของ PV, ATT และ PI อยู่ที่ประมาณ 0.48, 0.63 และ 0.64 ตามลำดับ แสดงว่าโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของทัศนคติและความตั้งใจซื้อได้ในระดับน่าพอใจ

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า H1–H3 และ H5 ได้รับการสนับสนุน กล่าวคือ การรับรู้สุขภาพ (HP) มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณค่ารับรู้ (PV) และทัศนคติ (ATT) และคุณค่ารับรู้ (PV) มีอิทธิพลทางบวกต่อทั้งทัศนคติ (ATT) และความตั้งใจซื้อ (PI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเส้นทางจากทัศนคติไปยังความตั้งใจซื้อ (ATT ⟶ PI) ไม่พบความมีนัยสำคัญ ทำให้สมมติฐาน H4 ไม่ได้รับการยืนยัน

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้สุขภาพมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณค่ารับรู้และทัศนคติ และคุณค่ารับรู้มีอิทธิพลทางบวกต่อทั้งทัศนคติและความตั้งใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่เส้นทางจากทัศนคติไปยังความตั้งใจซื้อไม่พบความมีนัยสำคัญ

5. ผลการทดสอบบทบาทส่งผ่านของทัศนคติ

ผลทางอ้อมจาก HP ผ่าน ATT ไปยัง PI (H6) และจาก PV ผ่าน ATT ไปยัง PI (H7) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่า p เท่ากับ 0.169 และ 0.141 ตามลำดับ และช่วงความเชื่อมั่น 95% ครอบคลุมศูนย์ แสดงว่าทัศนคติไม่ได้ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญในสองเส้นทางนี้ ในทางกลับกัน เส้นทางที่ผ่านคุณค่ารับรู้ให้ผลชัดเจนกว่า โดย HP ⟶ PV ⟶ PI มีค่าสัมประสิทธิ์ทางอ้อมประมาณ 0.455 พร้อมค่า $p < .001$ และช่วงความเชื่อมั่น 95% ไม่ครอบคลุมศูนย์ สะท้อนว่าคุณค่ารับรู้เป็นกลไกหลักที่เชื่อมโยงการรับรู้สุขภาพไปสู่ความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพ



แผนภาพที่ 3 แสดงแบบจำลองสมการโครงสร้างระหว่างการรับรู้สุขภาพ คุณค่ารับรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อ

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบเส้นทางทางตรงและทางอ้อม (Bootstrapping Results)

เส้นทางผลทางอ้อม	O	M	SD	t	p	LLCI (2.5%)	ULCI (97.5%)
HP ⟶ ATT ⟶ PI (H6)	0.02	0.02	0.01	1.38	0.169	-0.00	0.05
PV ⟶ ATT ⟶ PI (H7)	0.06	0.06	0.04	1.48	0.141	-0.01	0.15
HP ⟶ PV ⟶ ATT ⟶ PI	0.04	0.04	0.03	1.46	0.145	-0.01	0.11
HP ⟶ PV ⟶ ATT	0.45	0.45	0.05	9.32	< .001	0.35	0.54
HP ⟶ PV ⟶ PI	0.46	0.46	0.04	10.30	< .001	0.37	0.54

หมายเหตุ: ผลทางอ้อมจาก HP ผ่าน ATT ไปยัง PI (H6) และจาก PV ผ่าน ATT ไปยัง PI (H7) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากค่า p เท่ากับ 0.169 และ 0.141 ตามลำดับ และช่วงความเชื่อมั่น 95% (LLCI–ULCI) ครอบคลุมศูนย์ แสดงว่าทัศนคติไม่ได้ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญในสองเส้นทางนี้ ในทางกลับกัน ผลทางอ้อมผ่านคุณค่ารับรู้มีนัยสำคัญ โดยเส้นทาง HP ⟶ PV ⟶ ATT และ HP ⟶ PV ⟶ PI มีค่า p < .001 และช่วงความเชื่อมั่น 95% ไม่ครอบคลุมศูนย์ สะท้อนว่าคุณค่ารับรู้เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงการรับรู้สุขภาพไปสู่ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลจากการวิจัย พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคไม่ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้สุขภาพและคุณค่ารับรู้กับความตั้งใจซื้อ เนื่องจากผลทางอ้อมผ่านทัศนคติไม่มีนัยสำคัญ ขณะที่เส้นทาง HP ⟶ PV ⟶ PI มีผลทางอ้อมเชิงบวกและมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าคุณค่ารับรู้เป็นกลไกหลักเชื่อมโยงการรับรู้สุขภาพไปสู่ความตั้งใจซื้อ ดังนำเสนอในแผนภาพที่ 4 แสดงแบบจำลองสมการโครงสร้าง (PLS-SEM)

อภิปรายผล

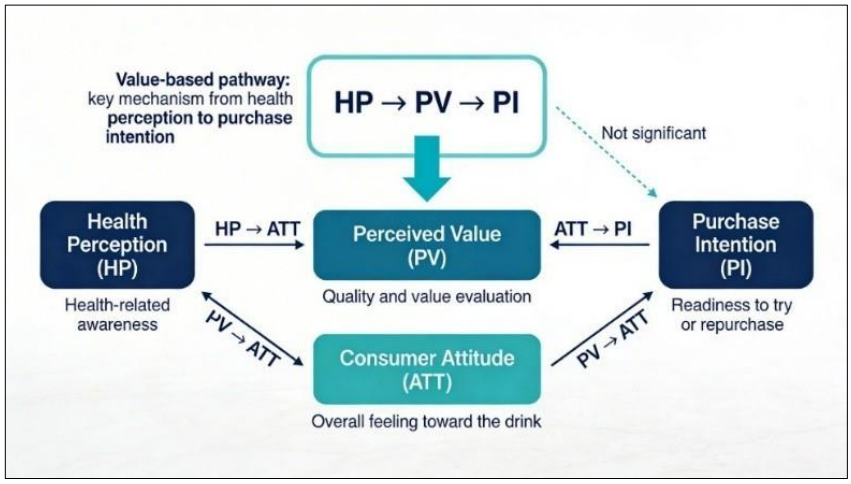
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 ความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพถูกกำหนดโดย **คุณค่ารับรู้** มากกว่า**ทัศนคติ** การรับรู้สุขภาพทำให้ผู้บริโภคประเมินคุณค่ารวมของผลิตภัณฑ์ในเชิงคุณภาพ ความปลอดภัย และความคุ้มราคา ก่อนจะตัดสินใจตั้งใจซื้อ ขณะที่ทัศนคติไม่ทำหน้าที่เป็นทั้งตัวทำนายตรงและตัวแปรส่งผ่านที่มีนัยสำคัญในโมเดลนี้ ในเชิงทฤษฎี ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานด้าน health consciousness และกรอบ Health Belief Model ที่ชี้ว่าการรับรู้ประโยชน์และความเสี่ยงด้านสุขภาพกระตุ้นให้บุคคลมองหาและเลือกผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลดีต่อสุขภาพจริง (Rosenstock et al., 1988; Chen, 2013). แนวโน้มดังกล่าวยังสอดรับกับแนวคิดคุณค่ารับรู้ของ Zeithaml และกรอบ PERVAL ของ Sweeney และ Soutar ที่อธิบายว่าผู้บริโภคตัดสินใจจากการชั่งน้ำหนักประโยชน์ต่อสุขภาพ คุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และราคาในฐานะคุณค่าเชิงรูปธรรม มากกว่าความรู้สึกเชิงบวกทั่วไปต่อผลิตภัณฑ์ (Zeithaml, 1988; Sweeney & Soutar, 2001)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การรับรู้สุขภาพส่งผลทางบวกต่อคุณค่ารับรู้และทัศนคติ ขณะที่คุณค่ารับรู้ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าผู้บริโภคแปลงการรับรู้ด้านสุขภาพให้กลายเป็นการประเมินคุณค่ารวมของผลิตภัณฑ์ก่อนตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคในตลาดเครื่องดื่มสุขภาพให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความปลอดภัย และความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณค่ารับรู้ของ Zeithaml (1988) และกรอบ PERVAL ที่มองคุณค่ารับรู้เป็นองค์ประกอบหลายมิติด้านคุณภาพ ราคา อารมณ์ และสังคม (Sweeney & Soutar, 2001) งานวิจัยร่วมสมัยยืนยันว่าคุณค่ารับรู้ในมิติด้านอารมณ์ สังคม คุณภาพ และราคา ล้วนมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์แบรนด์และความภักดีของผู้บริโภคในตลาดอาหารสุขภาพที่กำลังเติบโต (García-Salirrosas et al., 2024)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ทัศนคติไม่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อและไม่ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการรับรู้สุขภาพ/คุณค่ารับรู้กับความตั้งใจซื้อ ซึ่งแตกต่างจากกรอบ Theory of Planned Behavior ที่มองว่าทัศนคติเป็นตัวทำนายหลักของเจตนาพฤติกรรม (Ajzen, 1991) ผลนี้สอดคล้องกับ Müller-Pérez et al. (2025) ที่พบว่าทัศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพน้อยกว่าคุณค่ารับรู้ อาจเป็นเพราะเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพยังเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผู้บริโภคพึ่งพาการประเมินคุณภาพและความคุ้มค่ามากกว่าทัศนคติทั่วไป สะท้อนช่องว่างระหว่างทัศนคติและความตั้งใจซื้อในสินค้าสุขภาพ (Zeithaml, 1988)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็น "เส้นทางเชิงคุณค่า" (value-based pathway) ในการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพ กล่าวคือ HP ทำหน้าที่เป็นแรงขับต้นน้ำที่ส่งผ่าน PV ไปยัง PI อย่างมีนัยสำคัญ (HP ⟶ PV ⟶ PI) ขณะที่ ATT แม้ได้รับอิทธิพลจาก HP และ PV แต่ไม่ทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านหลัก สะท้อน "ช่องว่างระหว่างทัศนคติและความตั้งใจซื้อ" (attitude–intention gap) ในบริบทเครื่องดื่มสุขภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่น ดังแสดงในแผนภาพที่ 4



แผนภาพที่ 4 แสดงเส้นทางเชิงคุณค่า (Value-Based Pathway) สู่ความตั้งใจซื้อ

สรุป

การวิจัยนี้ศึกษากลไกที่กำหนดความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มมะขามหวานเพื่อสุขภาพ โดยตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้สุขภาพ (HP) คุณค่ารับรู้ (PV) ทัศนคติผู้บริโภค (ATT) และความตั้งใจซื้อ (PI) จากกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 268 คน โดยใช้แบบสอบถามลิเคิร์ต 7 ระดับ และวิเคราะห์ด้วย PLS-SEM และการทำ bootstrapping

ผลการวิเคราะห์ พบว่า HP มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ PV และ ATT และ PV มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ATT และ PI อย่างมีนัยสำคัญ แต่ ATT ไม่ส่งผลต่อ PI ส่งผลให้ผลทางอ้อมผ่าน ATT ตามสมมติฐาน H6 (HP⟶ATT⟶PI) และ H7 (PV⟶ATT⟶PI) ไม่มีนัยสำคัญ ขณะที่เส้นทาง HP⟶PV⟶PI ให้ผลทางอ้อมที่มีนัยสำคัญ ($p < .001$) สะท้อนบทบาทของ PV ในฐานะกลไกหลักที่แปลงการรับรู้สุขภาพเป็นความตั้งใจซื้อ. ค่า R^2 ของ PI (0.637) และ ATT (0.629) อยู่ในระดับค่อนข้างสูง แสดงว่าโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของทัศนคติและความตั้งใจซื้อได้ดี โดยภาพรวมจึงชี้ว่าการอธิบายความตั้งใจซื้อเครื่องดื่มสุขภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่นผ่าน “เส้นทางเชิงคุณค่า” มีน้ำหนักมากกว่าเส้นทางผ่านทัศนคติที่กรอบแนวคิดเดิมตั้งสมมติฐานไว้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการ/ผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์

ควรให้ความสำคัญกับการสร้าง **คุณค่ารับรู้** ที่จับต้องได้มากกว่าการพึ่งภาพลักษณ์ เช่น ยกระดับคุณภาพและความสม่ำเสมอของรสชาติ สื่อสารมาตรฐานความปลอดภัยและกระบวนการผลิตอย่างโปร่งใสบนฉลาก/บรรจุภัณฑ์ และกำหนดตำแหน่งสินค้าแบบคุ้มค่าเงิน (value-for-money) ด้วยราคาและขนาดบรรจุที่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย

2. ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารการตลาด

กลยุทธ์การสื่อสารควรมุ่ง “สุขภาพที่พิสูจน์ได้” โดยแปลงการรับรู้สุขภาพให้กลายเป็นคุณค่ารับรู้ในสามแกนหลัก คือ คุณภาพ ความปลอดภัย และความคุ้มค่า ผ่านการสื่อสารแหล่งที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต คุณลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์ (เช่น ระดับความหวาน ส่วนผสม) และ

การใช้หลักฐานหรือสัญลักษณ์รับรองที่เหมาะสม เพื่อลดความไม่แน่ใจและเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

ควรขยายโมเดลเพื่อครอบคลุมกลไกอื่นนอกเหนือจากทัศนคติ เช่น ความไว้วางใจ (trust/credibility) ความเสี่ยงที่รับรู้ (perceived risk) และองค์ประกอบในกรอบ TPB อย่าง subjective norms และ perceived behavioral control รวมถึงทดสอบตัวแปรกำกับอย่างประสบการณ์บริโภคเดิมหรือช่วงอายุ ขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังภูมิภาคอื่น และพิจารณาออกแบบการวิจัยแบบตามช่วงเวลา (longitudinal) หรือใช้ข้อมูลพฤติกรรมจริง เพื่อเสริมความแข็งแรงของข้อสรุปเชิงเหตุ–ผล

เอกสารอ้างอิง

รักชนก สมศักดิ์. (2568). การสื่อสารประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นเกษตรพื้นถิ่นของมะขามหวานเพชรบูรณ์ผ่านสื่อกิจกรรมในงานมะขามหวานนครบาลเพชรบูรณ์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว. *วารสารวิทยาการจัดการวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์*, *7*(1), 1–17. https://so12.tci-thaijo.org/index.php/jams/article/view/1932.

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2566). *รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2566 และแนวโน้มปี 2567*. กระทรวงอุตสาหกรรม. https://www.oie.go.th/assets/portals/1/files/monthly_report/anualreport2023_outlookfor2024.pdf.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T.

Fathin, F. F., Sosianika, A., Amalia, F. A., & Kania, R. (2023). The role of health consciousness and trust on Gen Y and Gen Z intention to purchase functional beverages. *Journal of Consumer Sciences*, *8*(3), 360–378. https://doi.org/10.29244/jcs.8.3.360-378.

García-Salirrosas, E. E., Escobar-Farfán, M., Esponda-Perez, J. A., Millones-Liza, D. Y., Villar-Guevara, M., Haro-Zea, K. L., & Gallardo-Canales, R. (2024). The impact of perceived value on brand image and loyalty: A study of healthy food brands in emerging markets. *Frontiers in Nutrition*, *11*, 1482009. https://doi.org/10.3389/fnut.2024.1482009.

Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2nd ed.). Guilford Press. https://afhayes.com/introduction-to-mediation-moderation-and-conditional-process-analysis.html.

Kowalska, A., Leoniak, K., & Sołowiej, B. G. (2024). Consumers' attitudes and intentions toward functional beverages: a lesson for producers and retailers. *Decision*, *51*(3), 321–337. https://doi.org/10.1007/s40622-024-00395-y.

Müller-Pérez, J., Acevedo-Duque, Á., García-Salirrosas, E. E., Escobar-Farfán, M., Esponda-Pérez, J. A., Cachicatari-Vargas, E., Álvarez-Becerra, R., & Alcina De Fortoul, B. (2025). Factors influencing healthy product consumer behavior: An integrated model of purchase intention. *Frontiers in Public Health*, *13*, 1576427. https://doi.org/10.3389/fpubh.2025.1576427.

Mungkhun, M., Poungsuk, P., Intorrathed, S., & Sittijinda, P. (2021). A creative agricultural resource management to support tourism in Phuket Province. *International Journal of Agricultural Technology*, *17*(2), 557–570. https://li04.tci-thaijo.org/index.php/IJAT/article/view/5997.

NIQ. (2024, November 8). *Reviving growth in the food and beverage channel*. https://nielseniq.com/global/en/insights/analysis/2024/reviving-growth-in-the-food-and-beverage-channel/.

Rosenstock, I. M., Strecher, V. J., & Becker, M. H. (1988). Social learning theory and the Health Belief Model. *Health Education Quarterly, 15*(2), 175–183. https://backend.production.deepblue-documents.lib.umich.edu/server/api/core/bitstreams/1801c50c-8914-40e3-a6df-0b93d87520a6/content.

Ruengdet, K., Witoonpan, S., & Somkeatkun, W. (2023). Creative agricultural tourism management model for Pracharath Bang Bai Mai Floating Market, Bang Bai Mai Sub-district, Mueang District, Surat Thani Province. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, *48*(2spl), 782–791. https://doi.org/10.30892/gtg.482spl12-1078.

Sangnak, D., Poo-Udom, A., Tamnanwan, P., Kongduang, T., & Chanthothai, S. (2025). Agritourism as a catalyst for sustainable rural development: Innovations, challenges, and policy perspectives in the post-COVID-19 era. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, *9*(1), 11185. https://doi.org/10.24294/jipd11185.

Sirikudta, S. (2014). Guidelines for sustainable development and value added of processed tamarind products by community participation: Case study of community-based enterprise network of processed tamarind. *Universal Journal of Industrial and Business Management*, *2*(7), 156–163. https://doi.org/10.13189/ujibm.2014.020703.

Sweeney, J. C. & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: development of a multiple item scale. *Journal of Retailing, 77*(2), 203–220. http://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00041-0.

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยทางการบริหารจัดการต่อผลการดำเนินงานธุรกิจชุมชน: บทบาทคั่นกลางของความสามารถในการแข่งขัน

A CAUSAL MODEL OF MANAGERIAL FACTORS ON COMMUNITY BUSINESS PERFORMANCE: THE MEDIATING ROLE OF COMPETITIVENESS

รดามณี พัลลภชนกนาถ* และชิดชนก ปรีชานันท์
Radamanee Panlopchanoknat* and Chidchanok Preechanan
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University
*Corresponding Author E-mail: radamanee.p@nrru.ac.th
Received November 21, 2025; **Revised** April 23, 2026; **Accepted** April 24, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาอิทธิพลทางตรงของปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีต่อความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน 2) ศึกษาอิทธิพลทางตรงของความสามารถในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน และ 3) วิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนผ่านความสามารถในการแข่งขัน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกของกลุ่มอาชีพในตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 517 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย และใช้โมเดลสมการโครงสร้างในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน (β = 0.808) และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (β = 0.275) 2) ความสามารถในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (β = 0.562) และ 3) ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนผ่านความสามารถในการแข่งขัน (β = 0.454) โดยค่าอิทธิพลทางอ้อมมีค่าสูงกว่าอิทธิพลทางตรง ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า ความสามารถในการแข่งขันเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเชื่อมโยงปัจจัยทางการบริหารจัดการกับความสำเร็จของธุรกิจชุมชน ข้อมูลจากการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจชุมชนในการบูรณาการปัจจัยทางการบริหารจัดการโดยเฉพาะด้านการจัดการกับความสามารถในการแข่งขันเพื่อส่งเสริมผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนให้มีระดับที่สูงขึ้น

คำสำคัญ: ปัจจัยทางการบริหารจัดการ, ความสามารถในการแข่งขัน, ผลการดำเนินงานธุรกิจชุมชน

Abstract

This research aimed to 1) examine the direct influence of managerial factors on competitiveness and community business performance, 2) examine the direct influence of competitiveness on community business performance, and 3) analyze the indirect influence

of managerial factors on community business performance through competitiveness. This study employed a quantitative research design using a questionnaire as the data collection instrument. The sample consisted of 517 occupational group members in Muen Wai Sub-district, Nakhon Ratchasima Province, selected through simple random sampling. Structural Equation Modeling (SEM) was used for data analysis.

The findings revealed that 1) managerial factors had a significant positive direct influence on competitiveness (β = 0.808) and on community business performance (β = 0.275), 2) competitiveness had a significant positive direct influence on community business performance (β = 0.562), and 3) managerial factors had a significant indirect influence on community business performance through competitiveness (β = 0.454), with the indirect effect exceeding the direct effect. These results demonstrate that competitiveness serves as a critical mechanism linking managerial factors to community business success. The findings can be applied to the design of policies and strategies for community business development by integrating managerial factors, particularly managerial practices, with competitiveness to leverage community business performance.

Keywords: managerial factors, competitiveness, community business performance

บทนำ

ธุรกิจชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างยั่งยืน เนื่องจากครอบคลุมประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศและมีบทบาทหลากหลายมิติ โดยเฉพาะในมิติเศรษฐกิจ ธุรกิจชุมชนเป็นแหล่งสร้างโอกาสในการประกอบการและการจ้างงานในพื้นที่ ช่วยลดปัญหาการว่างงานและเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชน รวมทั้งเป็นฐานรากสำคัญในการเสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นและส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมให้เติบโต (U-senyang et al., 2022) ด้วยความสำคัญดังกล่าว แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 จึงได้เน้นการยกระดับศักยภาพของเศรษฐกิจชุมชนผ่านการพัฒนาความรู้ด้านการประกอบการ การจัดการธุรกิจ การผลิตและการตลาด เพื่อเสริมสร้างความสามารถของผู้ประกอบการชุมชนในการแข่งขันและพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) ในบริบทนี้ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยจากการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า ปัจจัยทางการบริหารจัดการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน (Khetpiyarat & Wongjinda, 2024)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าปัจจัยทางการบริหารจัดการจะมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน แต่การพึ่งพาปัจจัยดังกล่าวเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในบริบทของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีความสามารถในการปรับตัวและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดในระยะยาว ดังที่ Somwethee et al. (2023) ระบุว่า ความสามารถในการแข่งขันเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ซึ่งเกิดจากการตัดสินใจด้านการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผล และช่วยให้องค์กรสามารถสร้าง

ความแตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจชุมชนจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันควบคู่ไปกับการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุผลการดำเนินงานสูงสุด

ทั้งนี้ ความสามารถในการแข่งขันที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจชุมชนมีลักษณะแตกต่างจากธุรกิจเอกชนขนาดใหญ่ โดยควรตั้งอยู่บนฐานของการสร้างความแตกต่างจากอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทุนทางสังคมของชุมชน ซึ่งเป็นทรัพยากรเฉพาะถิ่นที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ (Druhova et al., 2024) การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการในพื้นที่ตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากเป็นตำบลที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของจังหวัด พื้นที่ดังกล่าวมีลักษณะโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมที่ครอบคลุมหลายมิติ ทั้งด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย ได้แก่ ภูมิปัญญาด้านอาหาร การบำบัดรักษา และศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งสะท้อนโครงสร้างธุรกิจชุมชนที่พบได้ทั่วไปในประเทศไทย และชุมชนได้รับการรับรองในระดับประเทศในฐานะชุมชนคุณธรรมต้นแบบโดดเด่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 จากกระทรวงวัฒนธรรม (องค์การบริหารส่วนตำบลหมื่นไวย, 2565) นอกจากนี้ สินค้าและบริการในพื้นที่มีศักยภาพการผลิตและความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ในระดับสูง ซึ่งชุมชนได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบภายใต้ “หมื่นไวยโมเดล” ที่บูรณาการมิติเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน ทำให้พื้นที่มีศักยภาพที่หลายหลายด้าน (ตุลา คมกฤต มโนรัตน์, 2565)

นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการบริหารจัดการ ความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงาน พบว่า การศึกษาเชิงประจักษ์ที่ทดสอบบทบาทของความสามารถในการแข่งขันในฐานะตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการบริหารจัดการและผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนยังมีจำนวนน้อยมาก และผลการศึกษาที่มีอยู่ยังให้ข้อค้นพบที่ไม่สอดคล้องกัน ซึ่งเกิดจากความแตกต่างของบริบทพื้นที่วิจัย หรือการเลือกใช้ตัวแปรคั่นกลางที่แตกต่างกันในแต่ละการศึกษา เช่น บางการศึกษาใช้ความสามารถด้านนวัตกรรมเป็นตัวแปรคั่นกลาง (Somwethee et al., 2023) ในขณะที่บางการศึกษาใช้ความสามารถในการแข่งขัน (Soonsuwon et al., 2024) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอิทธิพลทางตรงของปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีต่อความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน รวมถึงอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยทางการบริหารจัดการต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนผ่านความสามารถในการแข่งขัน โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View Theory) มาเป็นแนวทางในการศึกษาความสัมพันธ์ดังกล่าว ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำมาพัฒนานโยบายและแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน อันจะนำไปสู่การส่งเสริมผลการดำเนินงานให้มีระดับที่สูงขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีต่อความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของความสามารถในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนผ่านความสามารถในการแข่งขัน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางการบริหารจัดการ

จากการทบทวนวรรณกรรมของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน มาจากปัจจัยทางการบริหารจัดการโดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ภาวะผู้นำ การจัดการ การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม และการสนับสนุนของภาครัฐ แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของปัจจัยทางการบริหารจัดการ

องค์ประกอบ	สกุล วงษ์กาฬสินธุ์ และคณะ (2563)	Subongkod & Lalaeng (2021)	U-senyang et al. (2022)	Somwethee et al. (2023)	Paijit et al. (2024)	Soonsuwon et al. (2024)	Pancharoen & Waleeprathanporn (2025)
ภาวะผู้นำ	✓	✓	✓	✓		✓	✓
การจัดการ	✓	✓	✓	✓	✓		✓
การมีส่วนร่วม	✓	✓	✓		✓		
การสนับสนุนของภาครัฐ	✓	✓	✓			✓	✓

จากตารางที่ 1 งานวิจัยเหล่านี้ระบุว่า ผู้นำที่มีทักษะการบริหารจัดการที่เข้มแข็ง มีความสามารถในการจูงใจสมาชิกกลุ่มให้มีส่วนร่วมได้ จะช่วยนำพาองค์กรประสบความสำเร็จได้ ส่วนด้านการจัดการ ธุรกิจชุมชนควรจะมีความสามารถทั้งด้านการผลิต การตลาด การเงินและบัญชี เพื่อให้ธุรกิจชุมชนมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม การเติบโตของธุรกิจชุมชนจะต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในการตัดสินใจและร่วมรับผิดชอบผลของการดำเนินงาน และด้านการสนับสนุนของภาครัฐที่ต้องสนับสนุนความรู้ต่าง ๆ รวมถึงเงินทุนหรือเครื่องจักรอุปกรณ์ในการผลิตให้กับธุรกิจชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

ความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว โดยช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและรักษาตำแหน่งทางการแข่งขันได้ กลยุทธ์ความสามารถในการแข่งขันประกอบด้วยการเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม ธุรกิจชุมชนมีข้อจำกัดด้านขนาดกิจการ ทุนทรัพยากร และศักยภาพเชิงเทคโนโลยี ทำให้ไม่สามารถนำกลยุทธ์ต้นทุนต่ำหรือเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่ากับองค์กรขนาดใหญ่ ดังนั้น กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจชุมชนคือการสร้างความแตกต่างเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยอัตลักษณ์ จุดเด่นทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคมของชุมชนเป็นฐานในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Sriphong et al., 2022)

แนวคิดเกี่ยวกับผลดำเนินงานของธุรกิจชุมชน

ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน หมายถึง ความสามารถของธุรกิจชุมชนในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุผลการดำเนินงานทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงิน เช่น รายได้ ผลตอบแทนจากการลงทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการเพิ่มขึ้นของฐานลูกค้า เป็นต้น ธุรกิจชุมชนจำเป็นต้องประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อทำความเข้าใจระดับความสามารถในการดำเนินงานของตนเอง และนำผลการประเมินดังกล่าวไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง

(Somwethee et al., 2023) ซึ่งการศึกษานี้ ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนจะประเมินทั้งผลการดำเนินงานทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงิน เช่น รายได้และกำไร ความหลากหลายของสินค้า เป็นต้น

ผลกระทบของปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีต่อความสามารถทางการแข่งขัน

การศึกษาของ วัลย์จรรยา วิระกุล (2564) พบว่า องค์ประกอบของปัจจัยทางการบริหารจัดการด้านภาวะผู้นำมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลไกที่ทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันคือการมีผู้นำที่มีความสามารถในการจูงใจและชี้นำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก องค์กรจะสามารถปรับตัว พัฒนากระบวนการ และสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาด รวมทั้งผู้นำที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมวิสัยทัศน์ร่วมในชุมชนจะก่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมที่นำไปสู่นวัตกรรมชุมชน กล่าวคือ เมื่อสมาชิกในชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและร่วมแก้ไขปัญหาร่วมกัน จะเกิดการสะสมและแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กร ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันได้ รวมทั้งผู้นำที่มีความสามารถในการบริหารจัดการกระบวนการผลิตจะช่วยลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตได้ ส่วน Pancharoen & Waleeprathanporn (2025) พบว่า องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม ภาวะผู้นำ และการสนับสนุนจากภาครัฐ ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจชุมชนมีความสามารถในการแข่งขันได้ โดยกลไกสำคัญคือการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกระบวนการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาร่วมกัน ก่อให้เกิดนวัตกรรมที่มาจากฐานความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นทรัพยากรที่คู่แข่งภายนอกยากจะลอกเลียนแบบได้ นอกจากนี้ การสนับสนุนจากภาครัฐผ่านการฝึกอบรมและการเข้าถึงแหล่งทุน ยังช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการให้แก่ธุรกิจชุมชนอีกด้วย อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมการศึกษาเชิงประจักษ์เกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีต่อความสามารถในการแข่งขัน พบว่ามีจำนวนน้อยมาก ดังนั้น จากการสังเคราะห์วรรณกรรมที่มีอยู่ จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน

ผลกระทบของความสามารถในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน

การศึกษาของ Somwethee et al. (2023) พบว่า ความสามารถในการแข่งขันส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ โดยความสามารถในการแข่งขันเป็นตัวแปรกลางสำคัญที่ส่งผ่านอิทธิพลของภาวะผู้นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันเป็นเงื่อนไขจำเป็นของความสำเร็จทางธุรกิจ และช่วยเสริมสร้างประสิทธิผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน โดยเฉพาะเมื่อได้รับการพัฒนาจากทุนเฉพาะถิ่นที่เลียนแบบได้ยาก เช่น เอกลักษณ์ชุมชน หรือความร่วมมือระหว่างสมาชิก จากการสังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 2 ความสามารถในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน

ผลกระทบของปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน

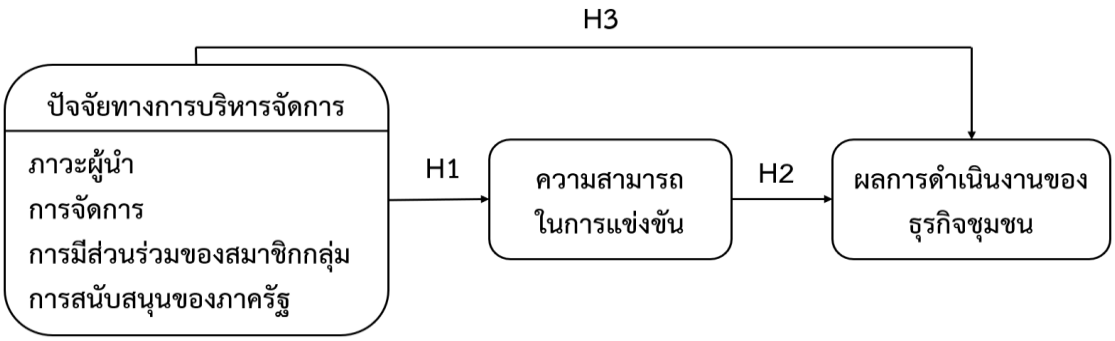
จากการทบทวนวรรณกรรมความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการบริหารจัดการและผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาผลกระทบทางตรง โดยบางการศึกษาพบว่า เฉพาะบางองค์ประกอบที่ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน การศึกษาของ ชนนิกานต์ อินทรเผือก และคณะ (2564); Khetpiyarat & Wongjinda (2024) พบว่า ภาวะผู้นำเป็นองค์ประกอบ

สำคัญต่อความสำเร็จ ขณะที่ Paijit et al. (2024); Phiphopornphong et al. (2025) พบว่าการจัดการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าว จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน

อย่างไรก็ตาม นักวิจัยที่ศึกษาอิทธิพลทางตรงได้เสนอแนะว่าปัจจัยทางการบริหารจัดการและผลการดำเนินงานอาจมีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลที่ซับซ้อนกว่า โดยอาจส่งผ่านตัวแปรคั่นกลาง (Khetpiyarat & Wongjinda, 2024; Phiphopornphong et al., 2025) การศึกษานี้จึงนำความสามารถในการแข่งขันมาเป็นตัวแปรคั่นกลาง เนื่องจากการศึกษาเชิงประจักษ์ที่ทดสอบบทบาทของความสามารถในการแข่งขันในฐานะตัวแปรคั่นกลางยังคงมีจำนวนน้อยมาก ดังนั้น เพื่อความชัดเจนทั้งเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ จึงนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานที่ 4 ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนผ่านความสามารถในการแข่งขัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดของปัจจัยทางการบริหารจัดการตามแนวคิดของ สกุล วงษ์กาฬสินธุ์ และคณะ (2563); U-senyang et al. (2022) ส่วนความสามารถในการแข่งขัน ตามแนวคิดของ วัลย์จรรยา วิระกุล (2564) และผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนตามแนวคิดของ Soonsuwon et al. (2024) โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัยคือ ตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ซึ่งข้อคำถามใช้มาตรวัดประมาณค่าแบบ 5 ระดับ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item

of Objective Congruence Index) พบว่า ทุกข้อคำถามมีค่า 0.67 ขึ้นไป และตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการทดสอบ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.951 โดยทุกตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.70 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้ (Kline, 2023)

ขั้นตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจัดเก็บข้อมูลในพื้นที่วิจัย โดยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกของทุกกลุ่มอาชีพในตำบลหมื่นไวย จังหวัดนครราชสีมา ที่เป็นสมาชิกสินค้าโอทอป (OTOP) ของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครราชสีมา จำนวน 1,225 คน (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครราชสีมา, 2565) เนื่องจากการศึกษานี้ใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นสถิติในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood) ในการประมาณค่า ซึ่ง Hair et al. (2019) ระบุว่า กรณีใช้วิธีประมาณค่าแบบความเป็นไปได้สูงสุด ควรใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 200 หน่วยตัวอย่าง การศึกษานี้จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำไว้ที่ 200 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย อย่างไรก็ตาม เพื่อรองรับกรณีที่อาจมีแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์หรือการตอบกลับไม่ครบถ้วน รวมทั้งเพื่อเพิ่มความแม่นยำทางสถิติ จึงได้เพิ่มจำนวนแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมกับการใช้ SEM ซึ่งสามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์ได้ทั้งหมด 517 คน

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ดำเนินการโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

3.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ และระดับการศึกษา เป็นต้น โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

3.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เป็นสถิติในการทดสอบสมมติฐาน โดยก่อนดำเนินการทดสอบสมมติฐาน นักวิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัด (Measurement Model) และโมเดลโครงสร้าง (Structural Model) เพื่อศึกษาว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงใด โดยพิจารณาจากค่าไคสแควร์ (χ^2) ค่านัยสำคัญทางสถิติของไคสแควร์ (p-value of χ^2) ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) และดัชนีวัดความสอดคล้องสัมพัทธ์ ได้แก่ Comparative Fit Index (CFI), Incremental Fit Index (IFI), Trucker Lewis Index (TLI) ค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของค่าความแตกต่างโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) และดัชนีวัดความสอดคล้องในรูปของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Root Mean Square Residual: SRMR) โดยมีเกณฑ์ดังนี้ ค่า χ^2/df ≤ 3, ค่า CFI, IFI และ TLI ≥ 0.90, ค่า RMSEA และ SRMR ≤ 0.08 (Hair et al., 2019)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) และปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) ดังตารางที่ 3 โดยผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัด และโมเดลโครงสร้างเพื่อนำมาสรุปวัตถุประสงค์ของการวิจัยมีดังนี้

การตรวจสอบโมเดลการวัดของตัวแปรแฝง ได้แก่ ปัจจัยทางการบริหารจัดการ ความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ผลการวิเคราะห์ พบว่า โมเดลการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า χ^2 = 809.508 p < 0.001 df = 280 χ^2/df = 2.891 ค่า CFI = 0.934 IFI = 0.934 และ TLI = 0.923 RMSEA = 0.061 SRMR = 0.062 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ สรุปได้ว่า โมเดลการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถัดมา ผู้วิจัยทำการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเหมือน โดยดูจากค่า AVE ต้องมากกว่า 0.5 และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก ด้วยการเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวแปรแฝงนั้น ๆ ต้องมากกว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงนั้น ๆ กับตัวแปรแฝงอื่น ๆ (Hair et al., 2019) ผลดังตารางที่ 2

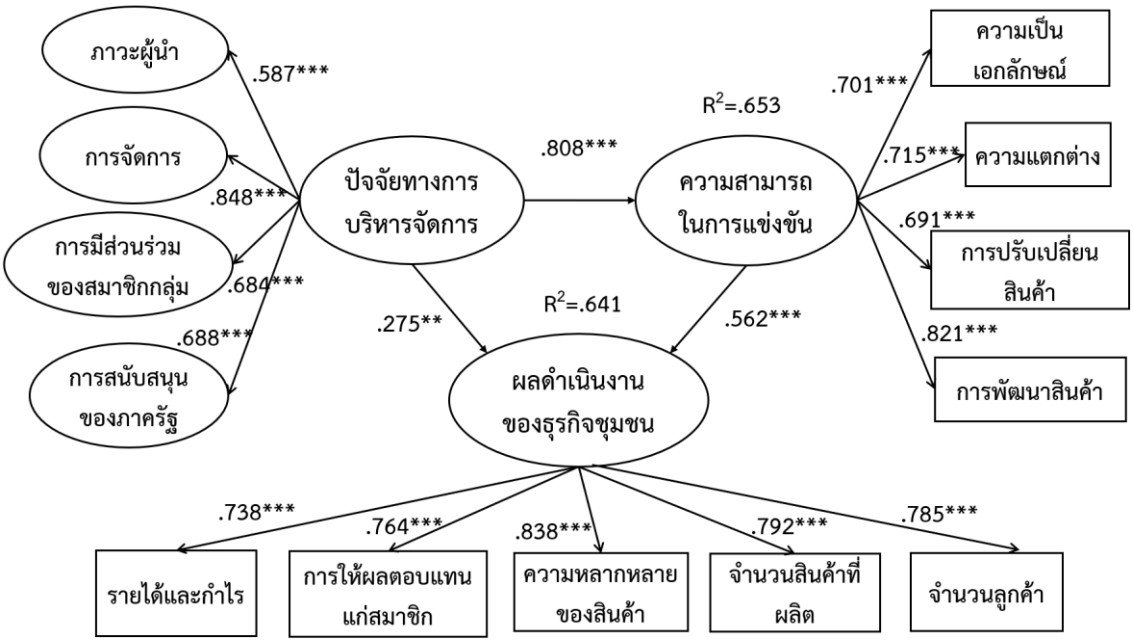
ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ สัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ค่ารากที่สองของ AVE ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตัวแปร	ปัจจัยทางการบริหารจัดการ	ความสามารถในการแข่งขัน	ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน
ปัจจัยทางการบริหารจัดการ	1.000	-	-
ความสามารถในการแข่งขัน	0.630**	1.000	-
ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน	0.622**	0.655**	1.000
α	0.911	0.837	0.882
AVE	0.501	0.539	0.615
Mean	3.80	3.75	3.77
S.D.	0.887	0.886	0.824

** $p < 0.01$

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า ได้ค่า AVE ของตัวแปรแฝงทุกตัวมากกว่า 0.5 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวแปรแฝงนั้น ๆ มากกว่าค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงนั้น ๆ กับตัวแปรแฝงอื่น ๆ ดังนั้น โมเดลการวัดมีความเที่ยงตรงเชิงเหมือน และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

การตรวจสอบโมเดลโครงสร้าง พบว่า ได้ค่า χ^2 = 809.508 p < 0.001 df = 280 χ^2/df = 2.891 RMSEA = 0.061 SRMR = 0.062 CFI = 0.934 IFI = 0.934 และ TLI = 0.923 ผ่านตามเกณฑ์ทั้งหมด (Hair et al., 2019) จึงสรุปได้ว่า โมเดลโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังจากตรวจสอบโมเดลโครงสร้างแล้ว ผู้วิจัยจึงทำการตรวจสอบสมมติฐาน โดยดูค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม ซึ่งการทดสอบอิทธิพลทางอ้อม ใช้วิธี Bootstrapping กำหนดช่วงความเชื่อมั่น 95% พบว่า ค่าของน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของปัจจัยทางการบริหารจัดการ ความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน อิทธิพลของปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีต่อความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน อิทธิพลของความสามารถในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนของโมเดลโครงสร้าง แสดงดังภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงผลการตรวจสอบสมมติฐาน

จากแผนภาพที่ 2 ผลการตรวจสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (β = 0.808) ดังนั้น จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 1 ความสามารถในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 (β = 0.562) ดังนั้นจึงยอมรับสมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (β = 0.275) ดังนั้น จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 3 สำหรับผลการทดสอบอิทธิพลทางอ้อม พบว่า ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนโดยผ่านความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (β = 0.454) ดังนั้น จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 4 โดยค่า Square Multiple Correlation (R^2) ของความสามารถในการแข่งขัน เท่ากับ 0.653 ส่วนผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน เท่ากับ 0.641 กล่าวคือ ปัจจัยทางการบริหารจัดการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันได้ 65.3% และปัจจัยทางการบริหารจัดการกับความสามารถในการแข่งขัน สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนได้ 64.1% สรุปผลการตรวจสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการตรวจสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	ผลลัพธ์
H1: ปัจจัยทางการบริหารจัดการ → ความสามารถในการแข่งขัน	0.808***	-	สนับสนุน
H2: ความสามารถในการแข่งขัน → ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน	0.562***	-	สนับสนุน
H3: ปัจจัยทางการบริหารจัดการ → ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน	0.275**	-	สนับสนุน
H4: ปัจจัยทางการบริหารจัดการ → ความสามารถในการแข่งขัน → ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน	-	0.454**	สนับสนุน

*** $p < 0.001$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 3 สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า ความสามารถในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$)

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนผ่านความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$)

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธุรกิจชุมชนที่มีผู้นำที่เข้มแข็ง มีความสามารถในการจัดการที่มีประสิทธิภาพ สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเหมาะสม ส่งผลให้ธุรกิจชุมชนมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเฉพาะความสามารถในการสร้างสินค้าที่มีความแตกต่างด้วยเอกลักษณ์ท้องถิ่น รวมทั้งสามารถพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ได้ความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับ วัลย์จรรยา วิระกุล (2564) พบว่า ภาวะผู้นำมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจชุมชน โดยผู้นำที่มีความสามารถในการจูงใจและชี้นำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกจะช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัว พัฒนากระบวนการ และสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้น เช่นเดียวกันกับ Pancharoen & Waleeprathanporn (2025) พบว่า การมีส่วนร่วม ภาวะผู้นำ และการสนับสนุนจากภาครัฐ ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจชุมชนมีความสามารถในการแข่งขันได้ ทั้งนี้ ข้อค้นพบของงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า การบูรณาการทั้ง 4 องค์ประกอบของปัจจัยทางการบริหารจัดการเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้าที่มักศึกษาปัจจัยเหล่านี้แยกเป็นรายองค์ประกอบ

นอกจากนี้ ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน เป็นเพราะธุรกิจชุมชนที่มีผู้นำที่มีความสามารถในการพัฒนาสินค้า สร้างความสัมพันธ์กับภายนอก และจูงใจสมาชิก มีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ รวมถึงการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้านเครื่องมือ สถานที่จำหน่าย การพัฒนาทักษะ และการสร้างเครือข่าย ส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มขึ้นของรายได้ กำไร และฐานลูกค้า สอดคล้องกับ Khetpiyarat & Wongjinda (2024) พบว่า ภาวะผู้นำและการจัดการเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน เช่นเดียวกับ Phiphoppornphong et al. (2025) พบว่า การจัดการและการมีส่วนร่วมของสมาชิกมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Paijit et al. (2024) พบว่า การจัดการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน

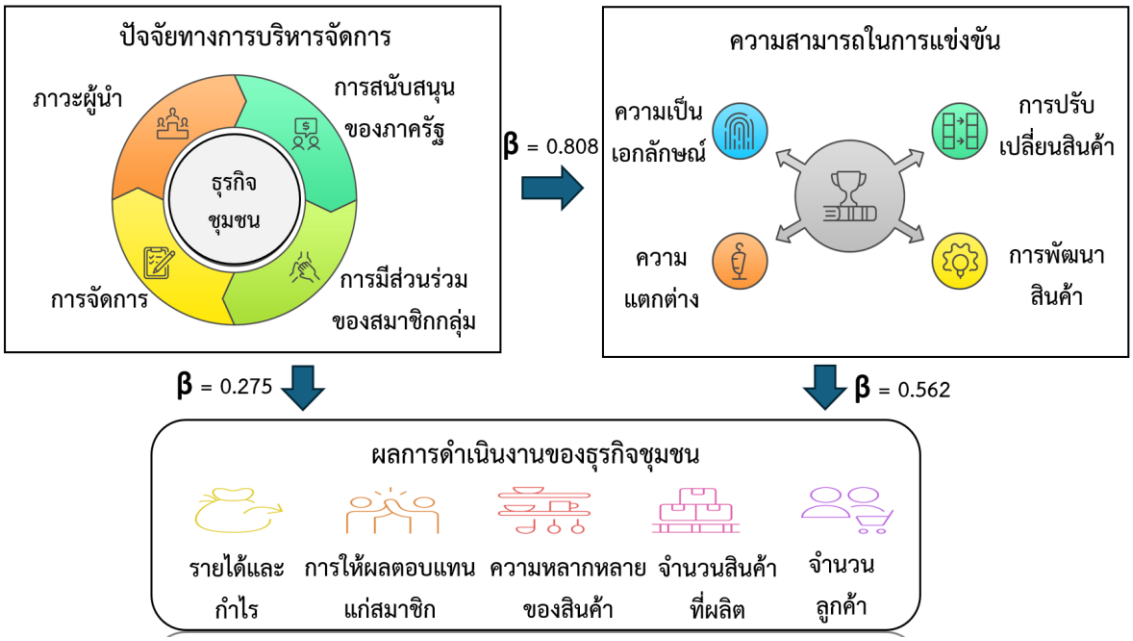
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ความสามารถในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน เป็นเพราะเมื่อธุรกิจชุมชนมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเฉพาะการมีสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่แตกต่าง ยากต่อการลอกเลียนแบบ และสามารถปรับเปลี่ยนสินค้าได้ตามความต้องการของลูกค้า จะส่งผลให้ธุรกิจชุมชนมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นทั้งในด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ กำไร และการขยายฐานลูกค้า สอดคล้องกับ Somwethee et al. (2023) พบว่า ความสามารถในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญต่อผลการดำเนินงาน โดยความสามารถใน

การแข่งขันที่พัฒนาจากทุนเฉพาะถิ่นที่เลียนแบบได้ยากช่วยเสริมสร้างประสิทธิผลการดำเนินงาน ข้อค้นพบสำคัญของงานวิจัยนี้คือ ในบริบทสินค้าที่เป็นของธุรกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างด้วยเอกลักษณ์ท้องถิ่นมีประสิทธิผลสูงกว่ากลยุทธ์การแข่งขันด้วยต้นทุนต่ำ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนโดยผ่านความสามารถในการแข่งขัน กล่าวคือ ปัจจัยทางการบริหารจัดการสามารถส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนได้มากขึ้นผ่านกลไกการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยการมีภาวะผู้นำที่เข้มแข็ง การจัดการที่มีประสิทธิภาพ การมีส่วนร่วมของสมาชิกอย่างแท้จริง และการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้ธุรกิจชุมชนสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดผลการดำเนินงานในระดับที่สูงขึ้น สอดคล้องกับ Somwethee et al. (2023) พบว่า องค์ประกอบด้านภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนผ่านความสามารถในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้แตกต่างจาก Soonsuwon et al. (2024) พบว่า ภาวะผู้นำไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนผ่านความสามารถในการแข่งขัน ความแตกต่างดังกล่าวสามารถอธิบายได้จากความเข้มแข็งของทุนทางสังคมในพื้นที่ที่แตกต่างกัน โดยตำบลหมื่นไวย ชุมชนมีทุนทางสังคมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมและถ่ายทอดมายาวนาน ภูมิปัญญาเหล่านี้ได้กลายเป็นฐานทรัพยากรเฉพาะถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ เมื่อธุรกิจชุมชนมีการบริหารจัดการที่ดีจะสามารถแปลงภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กลายเป็นความสามารถในการแข่งขันที่สร้างความแตกต่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ข้อค้นพบที่สำคัญของงานวิจัยนี้คือ การยืนยันบทบาทของความสามารถในการแข่งขันในฐานะตัวแปรคั่นกลางแบบบางส่วน (Partial Mediator) โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมสูงกว่าอิทธิพลทางตรง แสดงให้เห็นว่า ความสามารถในการแข่งขันทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนความสำเร็จของธุรกิจชุมชน กล่าวคือ เมื่อปัจจัยทางการบริหารจัดการแปลงทรัพยากรไปเป็นความสามารถในการแข่งขัน ผลลัพธ์ที่ได้จะสูงกว่าเส้นทางที่ส่งผลทางตรง ดังนั้น ความสามารถในการแข่งขันจึงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยส่งอิทธิพลของการบริหารจัดการไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจชุมชนได้มากขึ้น

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยทางการบริหารจัดการต่อผลการดำเนินงานธุรกิจชุมชนผ่านความสามารถในการแข่งขัน พบองค์ความรู้อันเป็นผลมาจากการวิจัยที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงแผนภาพอิทธิพลของปัจจัยทางการบริหารจัดการต่อผลการดำเนินงานธุรกิจชุมชนผ่านความสามารถในการแข่งขัน

จากแผนภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งองค์ความรู้ดังกล่าวช่วยขยายขอบเขตของทฤษฎีฐานทรัพยากร (RBV) ในบริบทธุรกิจชุมชน กล่าวคือ ทฤษฎี RBV ที่มุ่งเน้นทรัพยากรทั่วไปขององค์กร เช่น ทุนทางกายภาพ การเงิน และทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นแหล่งของความได้เปรียบในการแข่งขัน งานวิจัยนี้ พบว่า ในบริบทธุรกิจชุมชน ความสามารถในการแข่งขันถูกสร้างขึ้นจากทรัพยากรเฉพาะถิ่นที่มีลักษณะแตกต่างออกไป ได้แก่ ทุนทางสังคม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดผ่านอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งเป็นทรัพยากรที่หายาก มีคุณค่า และเลียนแบบได้ยาก (VRIN Resources) โดยปัจจัยทางการบริหารจัดการไม่เพียงแต่ส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงาน แต่ยังทำหน้าที่แปลงทุนทางสังคมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กลายเป็นความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างด้วยเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่เหมาะสมกับข้อจำกัดด้านขนาดและทรัพยากรของธุรกิจชุมชน ทั้งนี้ ค่าอิทธิพลทางอ้อมที่สูงกว่าอิทธิพลทางตรงสนับสนุนให้เห็นว่า ความสามารถในการแข่งขันเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงการบริหารจัดการกับการยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน องค์ความรู้นี้จึงมีคุณค่าทางวิชาการในการยืนยันบทบาทของความสามารถในการแข่งขันในฐานะตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างปัจจัยทางการบริหารจัดการและผลการดำเนินงาน และสามารถสรุปเป็นโมเดลที่เรียกว่า โมเดลสมรรถนะการแข่งขันฐานชุมชน (Community-Based Competitiveness Model) ให้สอดคล้องกับบริบทธุรกิจชุมชนได้

สรุป

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน โดยมีความสามารถในการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลาง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน (β = 0.808) และต่อผลการดำเนินงาน (β = 0.275) ความสามารถในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน (β = 0.562) และปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานผ่านความสามารถในการแข่งขัน (β = 0.454) โดยตัวแปรทั้งหมดอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 64.1 ค่าอิทธิพลทางอ้อมที่สูงกว่าทางตรงสะท้อนให้เห็นว่า ความสามารถในการแข่งขันเป็นกลไกคั่นกลางสำคัญในการเชื่อมโยงการบริหารจัดการกับความสำเร็จของธุรกิจชุมชน ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐในการออกแบบนโยบายและยุทธศาสตร์ที่บูรณาการทักษะการบริหารจัดการกับการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และต่อธุรกิจชุมชนในการนำทรัพยากรเฉพาะถิ่นที่มีอัตลักษณ์มาแปลงเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อยกระดับผลการดำเนินงานในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 สำหรับหน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนาโครงการเสริมสร้างศักยภาพผู้นำธุรกิจชุมชนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยจัดทำหลักสูตรที่ครอบคลุมทักษะการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด ควรให้การสนับสนุนด้านการจัดการอย่างครบวงจร ทั้งระบบการผลิต การตลาด การเงิน และการเข้าถึงแหล่งทุนดอกเบี้ยต่ำ พร้อมทั้งจัดตั้งศูนย์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนระดับจังหวัดเพื่อให้คำปรึกษาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์ นอกจากนี้ ควรสนับสนุนการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อปกป้องเอกลักษณ์ท้องถิ่น และส่งเสริมความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการพัฒนานวัตกรรม ควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลและการติดตามประเมินผลธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงออกแบบนโยบายที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันผ่านเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

1.2 สำหรับธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนและผู้นำกลุ่มอาชีพควรพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่มีมาตรฐานครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และการจัดการการเงิน โดยผู้นำกลุ่มต้องมีวิสัยทัศน์และเป็นแบบอย่างที่ดีแก่สมาชิก ควรส่งเสริมกลไกการมีส่วนร่วมของสมาชิกในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ ไปจนถึงการรับผิดชอบผลการดำเนินงานร่วมกัน พร้อมมีระบบการกระจายหน้าที่และผลตอบแทนที่เป็นธรรม ในด้านการแข่งขัน ควรมุ่งพัฒนาสินค้าที่บูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับแนวคิดร่วมสมัย สร้างสูตรการผลิตและตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและยากต่อการลอกเลียนแบบ พร้อมทั้งพัฒนาความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนสินค้าตามความต้องการของตลาด ควรกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันที่ชัดเจน สอดคล้องกับศักยภาพของกลุ่ม เพื่อรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional Data) ถึงแม้ผล พบว่า ปัจจัยทางการบริหารจัดการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนผ่านความสามารถในการแข่งขัน แต่โดยธรรมชาติของการบริหารจัดการและความสามารถในการแข่งขันต้องอาศัยระยะเวลาในการปฏิบัติที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ดังนั้น การศึกษาแบบระยะยาว (A Longitudinal Study) จึงเป็นการศึกษาที่มีประโยชน์ต่อการประเมินพลวัตของความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

2.2 ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังธุรกิจชุมชนในพื้นที่อื่น ๆ หรือในบริบทที่แตกต่างกันเพื่อทดสอบการนำไปใช้ได้ของโมเดลในวงกว้าง

2.3 ควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มที่ประสบความสำเร็จเพื่อนำมาขยายความผลจากการวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

ชนนิกานต์ อินทรเผือก, ประเพศ ไกรจันทร์ และทวีศักดิ์ รูปสิงห์. (2564). รูปแบบการจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรมพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, *12*(2), 46-56. https://ojs.kmutnb.ac.th/index.php/jote/article/view/5449/3746.

ตุลา คมกฤต มโนรัตน์. (2565). การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ “ของดีตำบลหมื่นไวย” เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 11*(3), 27–41. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/254535/173587.

วัลย์จรรยา วิระกุล. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรแปลงใหญ่ข้าวจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, *11*(2), 197-211. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/249487.

สกุล วงษ์กาฬสินธุ์, ลือชัย วงษ์ทอง และกิจฐเชต ไกรวาส. (2563). การจัดการธุรกิจชุมชนต้นแบบในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา*, *14*(2), 255-265. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NRRU/article/view/241389.

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครราชสีมา. (2565). *ข้อมูลกลุ่มอาชีพสมาชิกสินค้า OTOP.* https://click.cdd.go.th/web/OtopHomePage.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13*. https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/02/article_file_20230307173518.pdf.

องค์การบริหารส่วนตำบลหมื่นไวย. (2565). *ภูมิปัญญาท้องถิ่น.* https://www.saomeaunwai.go.th/info.php?cg=2&ct=16.

Druhova, O. S., Mosumova, A. K., Dai, B., & Tong, Q. (2024). Competitiveness as a key factor in successful strategic business management. *Business Inform, 8*, 439–445. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-8-439-445.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.

Khetpiyarat, P., & Wongjinda, C. (2024). Exploratory factor analysis of community

enterprise success in Uttaradit, Phrae, and Nan provinces on new economic foundations. *Journal of Business, Innovation and Sustainability, 19*(1), 167–186. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/264171.

Kline, R. B. (2023). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (5th ed.). Guilford press.

Paijit, P., Toomhirun, C., Khlibtong, J., & Limunggura, T. (2024). Extension model of administration and management for business of community enterprise. *Asia Social Issues, 17*(3), 1-17. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/asi/article/view/264610/179151.

Pancharoen, N., & Waleeprathanporn, N. (2025). Development guidelines for enhancing the competitiveness of community businesses in new market entry through community innovation. *Journal of Accountancy and Management, 17*(1), 185–205. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/271196/184263.

Phiphoppornphong, P., Khamdee, S., & Nakpibal, P. (2025). Success in sustainable community enterprise operations in Pathum Thani Province, Thailand. *Asia Social Issues, 18*(6), 1-14. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/asi/article/view/277462/188165.

Somwethee, P., Aujirapongpan, S., & Ru-Zhue, J. (2023). The influence of entrepreneurial capability and innovation capability on sustainable organization performance: Evidence of community enterprise in Thailand. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 9*(2), 1-12. https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100082.

Soonsuwon, K., Jankingthong, W., & Sangkapan, J. (2024). Factors affecting the success of community enterprise performance in the East Coast Southern Sub-Region of Thailand. *Migration Letters, 21*(3), 568–576. https://migrationletters.com/index.php/ml/article/view/6717.

Sriphong, C., Kachonkittiya, N., Maneenin, P., & Kamphaengdee, S. (2022). Causal factors affecting competitive advantages of community enterprises producing processed agricultural products in the three southern border provinces. *Journal of Arts Management, 6*(2), 497–515. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/view/255098/172137.

Subongkod, M., & Lalaeng, C. (2021). Causal factors influencing business performance effectiveness of community enterprises in Chumphon province. *Journal of Management Information and Decision Sciences, 24*(S1), 1–14. https://www.abacademies.org/articles/causal-factors-influencing-business-performance-effectiveness-of-community-enterprises-in-chumphon-province.pdf.

U-senyang, S., Aeksapang, J., Ongklang, A., & Visutranukool, M. (2022). Success factors of community business management in Thailand. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews, 2*(3), 77–86. https://doi.org/10.14456/jsasr.2022.21.

การวิเคราะห์พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตร จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

AN ANALYSIS OF THE ROYAL SPEECHES GIVEN AT THE GRADUATION CEREMONY OF RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

ชฎาพร จีนชาวนา
Chadaporn Jeenchaona
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Pha Nakhon
*Corresponding Author E-mail: chadaporn.j@rmutp.ac.th
Received January 19, 2026; **Revised** April 30, 2026; **Accepted** May 4, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เนื้อหาของพระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 2) วิเคราะห์พระบรมราโชวาท การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่คัดเลือกข้อมูลแบบเจาะจงจาก “ประมวลพระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พุทธศักราช 2524-2533” ของกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (2550) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกพระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษา จากวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา พ.ศ. 2524-2530 จำนวน 9 องค์ และพระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษา จากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2533 จำนวน 3 องค์ รวมพระบรมราโชวาทจำนวน 12 องค์ ผลการวิจัยพบว่า

1) เนื้อหาสาระสำคัญของพระบรมราโชวาททั้ง 12 องค์ ประกอบด้วยความสำคัญ 4 ประการ คือ (1) บัณฑิตนักปฏิบัติ (2) หลักการทำงาน (3) ความสำคัญของบัณฑิต และ (4) ความสำคัญของประเทศชาติ

2) วิเคราะห์พระบรมราโชวาทได้ดังนี้ (1) พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงพระปรีชาสามารถและพระอัจฉริยภาพเป็นเลิศ ใส่พระราชหฤทัยเป็นอย่างยิ่ง เพราะพระบรมราโชวาทที่ได้พระราชทานแก่บัณฑิตแต่ละสถาบันนั้น ย่อมมีความแตกต่างในด้านเนื้อหาสาระสำคัญ พระองค์จะต้องศึกษาและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถาบันนั้น ๆ เป็นอย่างดี (2) พระบรมราโชวาทนับเป็นแหล่งรวบรวมสรรพวิทยาการและแหล่งเรียนรู้คุณธรรมจริยธรรมอันยิ่งใหญ่ สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง เช่น “ถึงหากจะมีความรู้ความสามารถมากมายสักเพียงใด ถ้าไม่นำมาลงมือทำ ก็ปราศจากประโยชน์”

คำสำคัญ: พระบรมราโชวาท, พิธีพระราชทานปริญญาบัตร, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

Abstract

The purpose of this research paper is to study: 1) The content of the royal speeches delivered during the graduation ceremonies of Rajamangala University of Technology and 2) To analyze the royal speeches. This research is qualitative study

research that selectively gathered data from the “Compilation of Royal Speeches and Addresses of His Majesty the King during 1981-1990” published by the Civil Service Pension Fund (2007). The selection criteria encompassed 9 royal speeches delivered during the graduation ceremonies of the College of Technology and Vocational Education during 1981-1987, and 3 royal speeches delivered during the graduation ceremonies of Rajamangala University of Technology in 1990, totaling 12 royal speeches. The research findings revealed that:

1) The core content of the 12 royal speeches encompasses four key areas: (1) the cultivation of hands-on graduates, (2) work principles, (3) the importance of graduates, and (4) the importance of the nation.

2) The analysis of the royal speeches is as follows: (1) His Majesty King Bhumibol Adulyadej the Great, the Supreme Sovereign, possessed exceptional wisdom, ability, brilliance and took great care in his royal activity. The royal speeches delivered to graduates of each institution naturally vary in their core content. The King must thoroughly study and possess a deep understanding of each institution and (2) The royal speeches are considered a comprehensive source of knowledge across various fields and a valuable resource for learning about morality and ethics, which can be put into practical use. For example, “No matter how much knowledge and ability you have, if you don't put it to use, it's useless.”

Keywords: Royal Speeches, Graduation Ceremony, Rajamangala University of Technology

บทนำ

พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงมีพระมหากรุณาธิคุณล้นเกล้าล้นกระหม่อมต่อผู้สำเร็จการศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มีกำเนิดจาก “วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา” พ.ศ. 2518 ต่อมามีการเปลี่ยนแปลงสถานภาพเป็น “สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล” วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2532 (ราชกิจจานุเบกษา, 2532) และได้ยกวิทยฐานะเป็นมหาวิทยาลัยเมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2548 (ราชกิจจานุเบกษา, 2548) พระบรมราโชวาทไม่เพียงเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับอดีตของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง ในสมัยเริ่มต้นหากยังสะท้อนถึงพระมหากรุณาธิคุณต่อปวงชนชาวไทย ด้วยเป็นแนวพระราชดำริเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของประเทศชาติเพื่อพัฒนาคุณภาพของเยาวชน โดยเฉพาะคุณภาพด้านวิชาชีพที่เป็นกำลังสำคัญต่อการพัฒนาประเทศชาติให้ก้าวหน้าและยั่งยืน

พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ได้พระราชทานนาม “สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล” อันหมายถึง “สถาบันเทคโนโลยีอันเป็นมงคลแห่งพระราชา” เป็นสถาบันการศึกษาที่มุ่งผลิต “บัณฑิตนักปฏิบัติ” รับใช้สังคมเป็นที่ยอมรับถึงศักยภาพของบัณฑิตตลอดมา จากคำกล่าวของศาสตราจารย์สวาสดิ์ ไชยคุณา (อดีตอธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา) เป็นผู้บุกเบิกสถาบัน ได้กล่าวถึงการพระราชทานปริญญาบัตรครั้งแรกไว้ว่า

“...ล้นเกล้าฯ พระปิยมหาราชปลดปล่อยทาสให้เป็นไทฉันใด พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน (รัชกาลที่ 9) ทรงปลดปล่อยนักเรียนอาชีวศึกษาจากที่ถูกสังคมมองว่าเป็นนักเรียนชั้นสองให้เป็นไทฉันนั้น...” (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา, 2559) นับจากปีแรกที่ได้เริ่มสถาปนาวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา พ.ศ. 2518 จนกระทั่งใน พ.ศ. 2524 พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เสด็จมาพระราชทานปริญญาบัตรแก่บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษารุ่นแรก การได้รับพระมหากรุณาธิคุณอย่างสูงสุด มีโอกาสได้รับพระราชทานปริญญาบัตรจากพระหัตถ์พระองค์เอง ณ อาคารใหม่ สวนอัมพร นำความปลาบปลื้มมาสู่บัณฑิตและครอบครัว ตลอดจนบุคลากรของสถาบันเป็นล้นพ้น และอีกสองครั้งคือใน พ.ศ. 2527 และพ.ศ. 2530 เมื่อได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานชื่อ “สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล” แล้วทรงเสด็จพระราชทานปริญญาบัตรแก่บัณฑิต ใน พ.ศ. 2533 รวมเสด็จพระราชทานปริญญาบัตรด้วยพระองค์เอง 4 ครั้ง และมีพระบรมราโชวาทจำนวน 12 องค์ (กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ, 2550)

บทความวิจัยนี้นำเสนอ วิเคราะห์เนื้อหาสาระสำคัญของพระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษา จากวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา พ.ศ. 2524-2530 และพระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษา จากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2533

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.เพื่อศึกษาเนื้อหาสาระสำคัญของพระบรมราโชวาทจำนวน 12 องค์

2.เพื่อวิเคราะห์พระบรมราโชวาทจำนวน 12 องค์

การทบทวนวรรณกรรม

พระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มีนักวิชาการเสนอไว้เช่น พยุงศักดิ์ ทราบรัมย์ (2560) ให้ความหมาย พระบรมราโชวาท คือ คำสั่งสอนหรือคำชี้แนะของพระมหากษัตริย์ที่พระราชทานเนื่องในพระราชพิธีที่สำคัญ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตหรือแนวทางการปฏิบัติงาน วงเดือน นาราสัจจ์ (2561) อธิบายว่า พระบรมราโชวาทเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนามหาวิทยาลัยให้ยั่งยืนและเป็นประโยชน์อเนกอนันต์แก่บัณฑิตและศิษย์เก่าของทุกสถาบัน ทั้งในด้านความคิด การทำงาน ตลอดจนการประพฤติปฏิบัติตน ปุณย์จรีย์ สรสีสม และคณะ (2568) อธิบายว่า พระบรมราโชวาทเป็นข้อความประเภทคำสอนแบบบรรเทาหรือลดความเข้มงวดเนื่องจากมีรูปภาษาที่ไม่ใช่คำสั่ง

สรุป พระบรมราโชวาท มีคุณค่าสาระลึกซึ้งสะท้อนถึงพระปรีชาญาณและสายพระเนตรที่กว้างไกล เป็นประโยชน์แก่บัณฑิตทั้งการพัฒนาคน สังคม และประเทศชาติ หากบัณฑิตและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ศึกษาทบทวนด้วยความไตร่ตรองก็สามารถปรับใช้ เป็นการสนองพระราชดำริต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

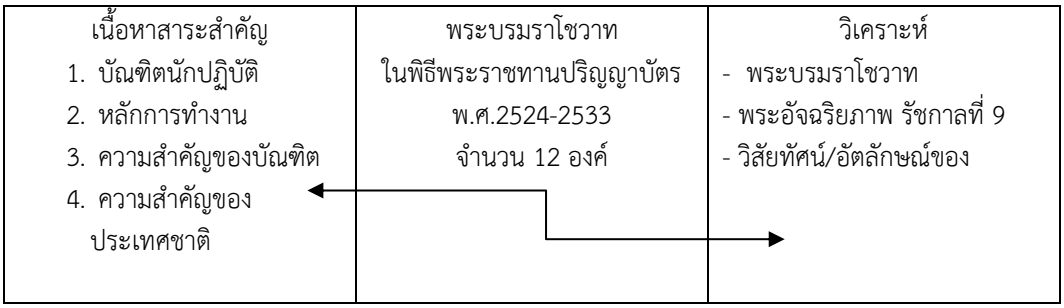
พระมหากรุณาธิคุณที่ทรงมีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทำให้มหาวิทยาลัยเกิดการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน เช่น สัมพันธ์ สุกใส, และคณะ (2562) ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลไว้ว่า เน้นการพัฒนาบัณฑิตและกำลังคนเพื่อรองรับอุตสาหกรรม

เสริมสร้างและพัฒนากำลังคนด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีขั้นสูง และพัฒนาเทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม กิตติ จุ้ยกำจร และสิริพร อั้งโสภา (2567) ได้กล่าวไว้ว่า แนวทางในการพัฒนามหาวิทยาลัยคือสร้างความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและการพัฒนาท้องถิ่น ทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงให้แก่สถานศึกษาในท้องถิ่นและร่วมมือกับภาคเอกชนและภาคประชาสังคม และพงษ์ศักดิ์ ผกามาศ, และคณะ (2567) ได้กล่าวถึงการแก้ไขความขัดแย้งเชิงสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลไว้ว่า ต้องยึดองค์กรเป็นศูนย์กลาง เช่น การยึดวิสัยทัศน์ขององค์กรเป็นสำคัญ

แนวทางการพัฒนาบัณฑิตของสถาบัน เอกชัย เนาวนิช และณมน จีรังสุวรรณ (2560) ได้กล่าวไว้ว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลผลิตบัณฑิตมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของสถานประกอบการ จิดาภา เร่งมีศรีสุข, และคณะ (2562) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะบัณฑิตนักปฏิบัติที่ดีไว้ว่า เป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรม มีความรอบรู้ ทันสมัย สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้ มีความรับผิดชอบ รู้จักใช้ชีวิตที่พอเพียง สืบสิทธิ์ ผาสุก, ทรงเดช สอนใจ และศุภธนกฤษ ยอดสละ (2566) ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาสมรรถนะของนักศึกษาต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งด้านทฤษฎีและการฝึกปฏิบัติ ต้องรับฟังการถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ และธัญญารัตน์ สาลิกา, กุสุมา แย้มเกตุ และจตุพล ยงศร (2569) ได้กล่าวไว้ว่า กลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีเอกลักษณ์ด้านการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ การสร้างนวัตกรรมเพื่อชุมชน และการบริหารจัดการที่เชื่อมโยงงานวิชาการกับงานวิชาชีพ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของพระบรมราโชวาท ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการแนวคิดเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยโดยกำหนดกรอบแนวคิดไว้ดังแสดงแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเป็นการศึกษาเชิงเอกสาร (Documentary Research) วิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ตรวจสอบและสำรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสำรวจความซ้ำซ้อนของงานวิจัยและเพื่อศึกษาแนวทางการวิจัย

2. วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

2.1 รวบรวมข้อมูลพระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษาจากวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา พ.ศ.2524-2530 จำนวน 9 องค์ และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ.2533 จำนวน 3 องค์ รวมจำนวน 12 องค์

2.2 จัดระบบข้อมูลพระบรมราโชวาท เช่น แบบบันทึกข้อมูล

3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิเคราะห์เนื้อหาสาระสำคัญของพระบรมราโชวาท

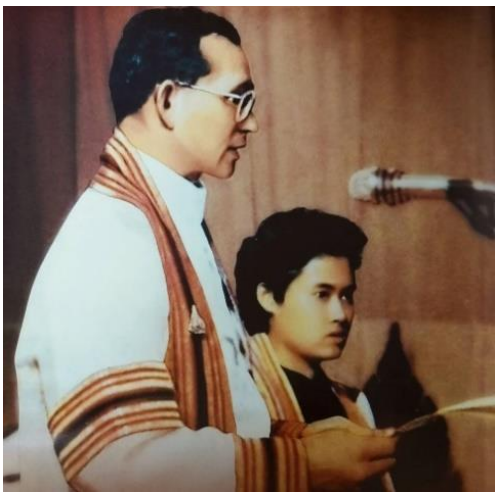
3.2 วิเคราะห์พระบรมราโชวาท

4. นำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Method)

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ข้อมูลพระบรมราโชวาท ทั้ง 12 องค์ ที่พระราชทานแก่บัณฑิตในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาและสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ตั้งแต่ พ.ศ. 2524-2533 จำนวน 4 ครั้ง ดังนี้ ครั้งที่ 1 วันที่ 29–31 กรกฎาคม พ.ศ. 2524, ครั้งที่ 2 วันที่ 31 กรกฎาคม และ 1–2 สิงหาคม พ.ศ. 2527, ครั้งที่ 3 วันที่ 7–9 กรกฎาคม พ.ศ. 2530 และ ครั้งที่ 4 วันที่ 19-21 กรกฎาคม พ.ศ. 2533 (สำนักราชเลขาธิการ, 2533)

พระบรมราโชวาทจำนวน 12 องค์ ดังนี้ องค์ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2524, องค์ 2 วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วันที่ 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2524, องค์ 3 วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2524, องค์ 4 วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วันที่ 31 กรกฎาคม พ.ศ. 2527, องค์ 5 วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2527, องค์ 6 วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วันที่ 2 สิงหาคม พ.ศ. 2527, องค์ 7 วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2530, องค์ 8 วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วันที่ 8 กรกฎาคม พ.ศ. 2530, องค์ 9 วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2530, องค์ 10 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วันที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2533, องค์ 11 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2533, องค์ 12 สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วันที่ 21 กรกฎาคม พ.ศ. 2533



ภาพที่ 1 แสดงพิธีพระราชทานปริญญาบัตร พ.ศ. 2524

จากภาพที่ 1 พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ได้เสด็จพระราชดำเนินเป็นองค์ประธานในการพระราชทานปริญญาบัตรแก่บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา ณ อาคารใหม่สวนอัมพร เป็นปฐมฤกษ์ในวันที่ 29-31 กรกฎาคม พ.ศ. 2524 และการพระราชทานปริญญาบัตร ครั้งที่ 5 พ.ศ. 2534 พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อม ให้สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินแทนพระองค์เป็นครั้งแรก

ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาสาระสำคัญที่ปรากฏในพระบรมราโชวาททั้ง 12 องค์ ได้แก่ 1) บัณฑิตนักปฏิบัติ 2) หลักการทำงาน 3) ความสำคัญของบัณฑิต และ 4) ความสำคัญของประเทศ

ตารางที่ 1 แสดงเนื้อหาสาระสำคัญในพระบรมราชโชวาท

องค์	1. บัณฑิตนักปฏิบัติ	2. หลักการทำงาน	3. ความสำคัญของบัณฑิต	4. ความสำคัญของประเทศ
1	✓	✓	✓	✓
2	✓	✓	✓	-
3	✓	✓	✓	✓
4	✓	✓	✓	✓
5	✓	✓	-	-
6	✓	✓	✓	✓
7	✓	✓	✓	✓
8	✓	✓	✓	✓
9	✓	✓	✓	-
10	✓	✓	✓	✓
11	✓	✓	✓	✓
12	✓	✓	✓	-

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาสำคัญในพระบรมราโชวาทคือการเป็นนักปฏิบัติและหลักการทำงาน ปรากฏครบทั้ง 12 องค์ ความสำคัญของบัณฑิตปรากฏ 11 องค์ และความสำคัญของประเทศปรากฏ 8 องค์

พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร พระราชทานพระบรมราโชวาทเกี่ยวกับการลงมือปฏิบัติแก่ผู้สำเร็จการศึกษาของวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา ดังนี้

องค์ 1 “...ประโยชน์หรือการสร้างสรรค์ในทางที่ดีนั้น จะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยการลงมือทำ หมายความว่า จะต้องนำความรู้ความสามารถที่มีอยู่นั้นมาใช้งาน ลงมือใช้เมื่อไร เพียงใด ประโยชน์ก็เกิดเมื่อนั้น เพียงนั้น เมื่อยังไม่ลงมือทำ ประโยชน์ก็ยังไม่เกิดขึ้น เพราะฉะนั้น ถึงหากจะมีความรู้ความสามารถมากมายสักเพียงใด ถ้าไม่นำมาลงมือทำ ก็ปราศจากประโยชน์...”

องค์ 2 “...การลงมือ ที่จริงมีความหมายกว้างขวาง คือความถึงการปฏิบัติด้วยวิธีต่าง ๆ ทุกอย่าง แต่เพราะที่เห็นชัด เรามักปฏิบัติด้วยมือ จึงพูดเป็นสำนวนว่า “ลงมือ” การลงมือหรือการปฏิบัตินั้นขึ้นอยู่กับการที่สมองหรือใจสั่ง คือใจสั่งเมื่อไร อย่างไร ก็ทำเมื่อนั้น อย่างนั้น ฉะนั้น ถ้าใจไม่สู้ คืออ่อนแอ ลังเล เกียจคร้าน หรือใจไม่สุจริต ไม่เที่ยงตรง ก็จะไม่ลงมือทำ หรือทำให้คั่งค้าง ทำให้ชั่วให้เสียหาย เป็นการเบียดเบียนตน เบียดเบียนผู้อื่น ซึ่งไม่เป็นประโยชน์ ไม่เป็นการสร้างสรรค์ หากแต่เป็นการบั่นทอน ทำลาย ให้เกิดความเสียหาย และเกิดโทษทุจริต นักปฏิบัติงานจึงต้องรู้จักปฏิบัติฝึกฝนใจของตนเองเป็นสำคัญ และเป็นเบื้องต้น ก่อนอื่นคือต้องหัดทำใจให้หนักแน่น กล้าแข็ง และเป็นระเบียบ ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ไม่มักง่ายเห็นแก่ความสะดวกสบาย และสำคัญที่สุด จะต้องให้เที่ยงตรงเป็นกลางและสุจริตอยู่เสมอ โดยไม่หวั่นไหวต่ออารมณ์เครื่องหลอกล่อใด ๆ จึงจะช่วยตนให้เป็นนักปฏิบัติที่ดี ...”

องค์ 3 “...นอกจากมีพื้นฐานจิตใจดี มีความสามารถกระทำการทุกอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังต้องมีหลักสำคัญสำหรับปฏิบัติส่งเสริมด้วยอีกประการหนึ่ง คือการพยายามปฏิบัติงานให้สอดคล้องเกื้อกูลกันและกัน เพื่อประสานการปฏิบัติของแต่ละคนแต่ละวิชาเข้าด้วยกัน ให้ได้ผลที่เป็นประโยชน์จริง และประโยชน์ส่วนรวมของบ้านเมืองนั้น...”

วิเคราะห์เนื้อหาพระบรมราโชวาทองค์ 1-3 ได้ว่า พระองค์ทรงให้ความสำคัญกับการลงมือปฏิบัติ บัณฑิตนักปฏิบัติจึงเป็นกำลังสำคัญในการสร้างความเจริญแก่ประเทศชาติ

พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงชี้แนะแนวทางหลักการทำงานแก่บัณฑิต ดังนี้

องค์ 4 “...จะต้องพิจารณาประเภท ลักษณะ และความสำคัญของงานที่จะทำพร้อมทั้งจุดหมายและประโยชน์ที่พึงประสงค์ให้เห็น(แน่)ชัดโดยละเอียดก่อน เพื่อให้ทราบว่าควรจะใช้วิชาการระดับสูงเพียงใด ละเอียดเฉพาะเพียงใด หรือจะต้องประกอบกับวิชาสาขาอื่นให้สอดคล้องเกื้อกูลกันอย่างไรบ้าง จึงจะช่วยให้สามารถเลือกสรรหลักวิชาและวิธีการที่ถูกต้อง มาใช้ให้พอเหมาะพอดีแก่การงานที่ทำ และอำนวยประโยชน์ที่ต้องการได้อย่างคุ้มค่า...”

องค์ 5 “...วิธีทำงานที่ดีนั้น เบื้องต้น จะต้องพิจารณาให้เห็นจุดหมายให้ได้โดยแจ่มแจ้งก่อน เพื่อให้เกิดความมั่นใจและพึงใจที่จะทำต่อไป ก็ต้องกำหนดวิธีและขั้นตอนการปฏิบัติให้ถูกต้องตามหลักวิชาให้เหมาะแก่ความสามารถของผู้ปฏิบัติ ให้เหมาะแก่เวลาและความประสงค์ที่ตั้งไว้ แล้วจึงลงมือปฏิบัติให้ได้ตามกำหนดนั้น ด้วยความหมั่นขยันโดยสม่ำเสมอ จนกว่าจะสำเร็จ ขณะปฏิบัติก็ต้องเอาใจ

ใส่จดจ่อ ไม่วางมือและทิ้งเสียกลางคัน พร้อมกันนั้น ก็ต้องคอยระมัดระวังและพิจารณาตรวจตราโดยละเอียดรอบคอบ เพื่อมิให้เกิดข้อบกพร่องเสียหาย...”

องค์ 6 “การจะนำวิชาความรู้ไปใช้ปฏิบัติงานมีหลักการสำคัญอยู่ว่าจะต้องพิจารณาใช้ให้ถูกต้องเหมาะสมพอดีกับลักษณะและประโยชน์ของงาน จึงจะได้ผลที่สมบูรณ์และแน่นอน วิธีทำงานที่ดีเบื้องต้นจะต้องศึกษาพิจารณางานให้เห็นจุดหมายโดยแจ่มแจ้งก่อน ให้เกิดความมั่นใจและพึงใจที่จะทำแล้วกำหนดวิธีและขั้นตอนปฏิบัติให้ถูกต้องตามหลักวิชาและเหมาะสมกับความสามารถในการปฏิบัติ เมื่อลงมือทำแล้ว ต้องเอาใจใส่และระมัดระวังปฏิบัติให้ได้ตามหลักวิชาและวิธีการที่กำหนดไว้จนแล้วเสร็จ งานจึงจะสำเร็จผลสมบูรณ์ตามเป้าหมาย...”

วิเคราะห์เนื้อหาพระบรมราโชวาทองค์ 4-6 ได้ว่า นอกจากความรู้ที่บัณฑิตสมควรจะได้รับแล้ว บัณฑิตต้องรู้จักนำไปใช้ให้หมาะสมกับงานนั้น ๆ และต้องมีคุณธรรมและจริยธรรมในการดำรงชีวิตด้วย

พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงสร้างขวัญและกำลังใจแก่บัณฑิต ดังนี้

องค์ 7 “...ผู้สำเร็จการศึกษาจากวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเหมาะสมแก่งานต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่ง เพราะมีวิทยฐานะสูงและมีความสามารถเต็มตัวในทางลงมือปฏิบัติ บัณฑิตทั้งหลายจึงน่าจะภูมิใจในตนเอง พร้อมทั้งมีความสำนึกในหน้าที่ของตนด้วย ที่จะต้องช่วยกันทำงาน ใช้ความรู้ ความคิด และความสามารถที่มีอยู่สร้างสรรค์ประโยชน์และความเจริญมั่นคงให้แก่บ้านเมือง โดยเต็มกำลัง...”

องค์ 8 “...บัณฑิตของสถาบันการศึกษานี้เป็นผู้มีความรู้ความสามารถเหมาะแก่งานต่าง ๆ อย่างยิ่ง จึงได้ขอให้ทุกคนตั้งใจพยายามทำงานสร้างสรรค์ความเจริญมั่นคงให้แก่ตนและบ้านเมือง...”

องค์ 9 “...บัณฑิตจากวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเหมาะแก่การปฏิบัติงานอย่างยิ่ง แต่ละคนจึงควรจะได้พยายามทำงานของตน ๆ ให้ประสบผลสำเร็จ และให้ประสานส่งเสริมกันเป็นความเจริญมั่นคงของส่วนรวม...”

วิเคราะห์เนื้อหาพระบรมราโชวาทองค์ 7-9 ได้ว่า พระบรมราโชวาทที่พระราชทานแก่บัณฑิตสะท้อนถึงพระอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ในการลบภาพซึ่งถูกสังคมมองว่าเป็นนักเรียนชั้นสองของสังคม จัดการศึกษาได้เพียงแค่ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) พระบรมราโชวาททรงเน้นย้ำให้บัณฑิตภูมิใจและให้ความสำคัญกับบัณฑิต

เมื่อยกวิทยฐานะเป็น สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เสด็จพระราชทานปริญญาบัตร พ.ศ. 2533 พระองค์ยังคงให้ความสำคัญกับบัณฑิตแต่ให้บัณฑิตยกระดับตนเองให้มากขึ้นเพื่อความสำคัญของประเทศ ดังนี้

องค์ 10 “...บัณฑิตจะทำตัวให้เฉื่อยช้าล้าหลังไม่ได้ แต่หากจำเป็นต้องศึกษาค้นคว้า เพิ่มพูนความรู้ความสามารถของตนอยู่ตลอดเวลา การศึกษาค้นคว้าที่สำคัญและจำเป็นอย่างแรก คือการศึกษาทางแนวลึกอันได้แก่การฝึกฝนค้นคว้าวิชาเฉพาะของแต่ละคน ให้เชี่ยวชำนาญแตกฉานลึกซึ้ง และพัฒนาก้าวหน้า พร้อมกันนั้นในฐานะนักปฏิบัติ ซึ่งจะต้องทำงานและแก้ปัญหาต่าง ๆ ร่วมกับผู้อื่นฝ่ายอื่นอยู่เป็นปรกติ ทุกคนจำเป็นต้องศึกษาทางแนวกว้างควบคู่กันไปด้วย...”

องค์ 11 “...บัณฑิตของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลได้ชื่อว่าเป็นทั้งนักวิชาการและนักปฏิบัติที่สามารถ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ด้วยการศึกษาค้นคว้า เพิ่มพูนความรู้ทั้งทางลึกและ

ทางกว้างเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานสร้างสรรค์ความสำเร็จความเจริญของตนและส่วนรวมได้ดังประสงค์ ...”

องค์ 12 “...บัณฑิตของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลได้ชื่อว่าเป็นทั้งนักวิชาการและนักปฏิบัติที่สามารถ จึงควรต้องปรับปรุงตัวให้พัฒนาก้าวหน้า อยู่ตลอดเวลา ด้วยการเอาใจใส่ศึกษาค้นคว้าทั้งทางลึกและทางกว้าง พร้อมกันนั้นควรจะต้องใช้วิชาความสามารถด้วยความบริสุทธิ์ใจและความฉลาดรอบคอบ เพื่อสร้างสรรค์ประโยชน์ตน ประโยชน์ส่วนรวมให้สำเร็จผล...”

วิเคราะห์เนื้อหาพระบรมราโชวาทองค์ 10-12 ได้ว่า พระองค์ทรงกล่าวถึงความสำคัญของบัณฑิตเสมอเพราะบัณฑิตจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศให้เจริญรุ่งเรือง

กล่าวได้ว่าเนื้อหาของพระบรมราโชวาททั้ง 12 องค์ ในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ยั่งยืนและทรงคุณค่าแก่สถาบันอย่างหาที่สุดมิได้ ปัจจุบันมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่งได้น้อมนำพระราชดำริแนวทางการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติมาประยุกต์ใช้ โดยศึกษาจากวิสัยทัศน์และอัตลักษณ์ของแต่ละสถาบันที่เน้นให้บัณฑิตเป็นนักปฏิบัติ ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง	วิสัยทัศน์ (Vision)
1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	มหาวิทยาลัยนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าสู่สังคมและประเทศ
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	มหาวิทยาลัยชั้นนำทางเทคโนโลยี แหล่งวิทยาการเฉพาะทางชั้นสูง มุ่งสู่การพัฒนานวัตกรรม
3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก	มทร.ตะวันออก มีความเป็นเลิศด้านวิชาการ วิจัย และวิชาชีพขั้นสูง เพื่อเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมระดับสากล ในปี 2030
4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	“ราชมงคลพระนคร” มหาวิทยาลัยแห่งเทคโนโลยีนวัตกรรม และการบูรณาการ
5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	เป็นศูนย์กลางการวางแผนและพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศทางการศึกษา เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยตามมาตรฐานอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และยั่งยืน
6. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา	มหาวิทยาลัยแห่งเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อยกระดับชุมชนอย่างยั่งยืนในปี 2570
7. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	เป็นสถาบันที่เข้มแข็งทางวิชาการ วิจัยและบริการวิชาการแก่สังคม มุ่งเน้นผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติคุณภาพ พัฒนาชุมชนอย่างยุ่งยืน สู่ความเป็นเลิศทางด้านการเกษตรด้วยวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม ภายใต้การบริหารจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
8. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งอนาคต เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสู่ความยั่งยืน
9. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน	ผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อพัฒนาชุมชนและสังคมอย่างยั่งยืน

จากตารางที่ 2 พบว่าวิสัยทัศน์ของสถาบันทั้ง 9 แห่งได้น้อมนำพระบรมราโชวาททั้ง 12 องค์ไปใช้เป็นภารกิจหลักของสถาบัน คือ องค์ 1-9 เน้นบัณฑิตนักปฏิบัติด้านวิชาชีพ องค์ 10-12 เน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม กล่าวได้ว่าจากรากฐานของวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา สู่สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล จวบจนปัจจุบันเปลี่ยนผ่านมาเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ที่มุ่งมั่นพัฒนาบัณฑิตโดยปรับตัวให้ก้าวทันโลก ด้วยพระมหากรุณาธิคุณต่อสถาบัน พระองค์ทรงพระราชทานงบประมาณ 200,000 บาทสร้างหุ่นยนต์เดินได้พูดได้ตัวแรกของประเทศไทย ทางสถาบันได้สนองพระราชปรารภสร้างกล้องดูดาว ROTAR 1 และ 2 ได้สร้างกังหันกังหันลมซึ่งเป็นเครื่องต้นแบบของการนำพลังงานจากลมมาผลิตเป็นกระแสไฟฟ้า ในพื้นที่โครงการชั่งหัวมัน ตามพระราชดำริ จังหวัดเพชรบุรี เป็นต้น

ตารางที่ 3 แสดงอัตลักษณ์บัณฑิตของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง	อัตลักษณ์ (Identity)
1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	นักปฏิบัติ นักคิด นักสร้างสรรค์นวัตกรรม
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	บัณฑิตนักปฏิบัติมืออาชีพ
3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก	บัณฑิตนักปฏิบัติ บัณฑิตนักพัฒนา
4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	บัณฑิตนักปฏิบัติ ใฝ่รู้ สู้งาน เชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีคุณธรรม
5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	บัณฑิตนักปฏิบัติ
6. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา	บัณฑิตนักปฏิบัติมืออาชีพที่ใช้เทคโนโลยีเป็นฐาน
7. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	เชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะปฏิบัติ
8. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ	บัณฑิตนักปฏิบัติที่เป็นคนดี มีความรู้ รักสู้งาน
9. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน	บัณฑิตนักปฏิบัติที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและสร้างนวัตกรรม

จากตารางที่ 3 พบว่าอัตลักษณ์บัณฑิตของสถาบันทั้ง 9 แห่ง มีความสอดคล้องและเน้นการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ จึงเป็นแนวทางนำไปพัฒนาด้านการจัดการเรียนการสอนและผลิตบัณฑิตให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของสถาบัน

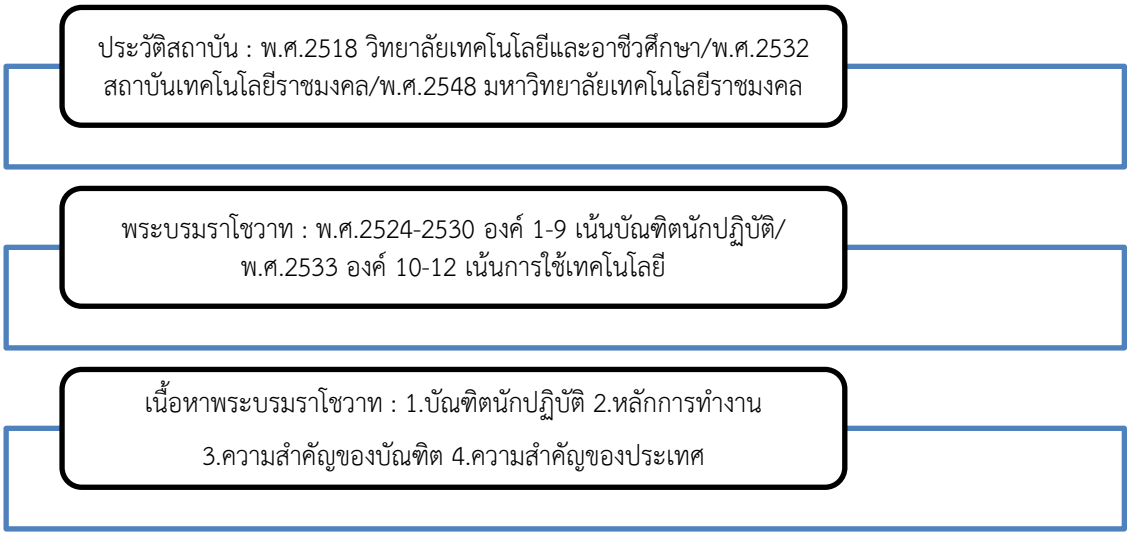
อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า เนื้อหาสาระสำคัญของพระบรมราโชวาท ประกอบด้วยสาระสำคัญ 4 ประการ คือ 1) บัณฑิตนักปฏิบัติ 2) หลักการทำงาน 3) ความสำคัญของบัณฑิต และ 4) ความสำคัญของประเทศ เพราะภารกิจหลักของสถาบัน คือ จัดการศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี ซึ่งสถาบันแห่งนี้ได้ทำการเรียนการสอนควบคู่กับการสร้างสิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรม บัณฑิตนักปฏิบัติจึงสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับ จิดาภา เร่งมีศรีสุข และคณะ (2562) อธิบายคุณลักษณะบัณฑิตนักปฏิบัติที่ดี ประกอบด้วย 1) การเป็นคนดี คือ เป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม 2) มีความรู้ คือ เป็นผู้มีคุณภาพทางวิชาการและวิชาชีพ มีความรอบรู้ ทันสมัย สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้ 3) รักสู้งาน คือ มีความรับผิดชอบ มีวินัย มีความอดทน ขยันหมั่นเพียร รู้จักการใช้ชีวิตที่พอเพียง พอประมาณ รักการทำงานและปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่องจนเป็นวิถีชีวิตในการทำงาน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการศึกษาเพื่อให้ประเทศมีความเจริญก้าวหน้า สอดคล้องกับ วงเดือน นาราสัจจ์ (2560) อธิบายว่า พระองค์ทรงได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี เรื่องความสำคัญของการศึกษาที่ก่อประโยชน์ให้กับการพัฒนาประเทศตั้งแต่ยังทรงพระเยาว์ ประกอบกับพระราชกรณียกิจเสด็จเยี่ยมพสกนิกรในส่วนภูมิภาคตลอดจนถิ่นทุรกันดารพบว่า ราษฎรส่วนใหญ่มีฐานะยากจนและขาดการศึกษาซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ พระองค์จึงพระราชทานโครงการช่วยเหลือด้านการศึกษาจำนวนมาก และพระอัจฉริยภาพในการใช้พระบรมราโชวาทเป็นแนวทางการพัฒนาบัณฑิตด้านคุณธรรมจริยธรรมได้เป็นอย่างดี สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิตได้ ดังนี้ พระบรมราโชวาทองค์ 5 วิธีการทำงานที่ดี คือ “ขยัน เอาใจใส่ อุตสาหะ พินิจพิเคราะห์” องค์ 7 การเป็นนักปฏิบัติที่ดี ต้องมีดังนี้ “รู้หลักวิชา มีความสามารถ ความพากเพียร และวิธีการอันแยบคาย” องค์ 8 “การทำงานทุกอย่างคือการพัฒนาตนเอง อย่าทำตัวเป็นคนเลือกงาน เมื่อมีโอกาสและมีงานให้ทำก็ควรเต็มใจทำ องค์ 11 “หลักสำคัญในการประพฤติตน คือ ซื่อตรงต่อหลักวิชา และยึดหลักการความมีเหตุผล” และ องค์ 12 หลักคิดและปฏิบัติให้ถูกต้อง คือ “หัดพูดหัดทำหัดคิดด้วยสติรู้ตัวอยู่เสมอ และหัดใช้ปัญญาความฉลาดรู้เป็นเครื่องวิเคราะห์และวินิจฉัยปัญหาต่าง ๆ” เป็นต้น

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิเคราะห์พระบรมราโชวาทในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พบองค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพที่ 2 ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้จากพระบรมราโชวาท 12 องค์ พ.ศ.2524-2533

จากแผนภาพที่ 2 พบว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มีกำเนิดจาก “วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา” พ.ศ. 2518 ต่อมามีการเปลี่ยนแปลงสถานภาพเป็น “สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล” วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2532 และได้ยกวิทยฐานะเป็นมหาวิทยาลัยเมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2548

และพระบรมราโชวาททั้ง 12 องค์ ล้วนมีเนื้อหาสาระชัดเจนและเข้าใจง่าย ซึ่งแนวพระราชดำริต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริงเนื่องจากพระองค์ทรงรับรู้และเข้าใจสภาพการณ์ต่าง ๆ จึงได้พระราชทานพระบรมราโชวาทให้สอดคล้องแก่ผู้สำเร็จการศึกษาแต่ละสถาบัน

สรุป

จากผลการวิจัยนี้สามารถสรุปได้ว่า พระบรมราโชวาททั้ง 12 องค์ เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของราชมงคลในการเปลี่ยนผ่านวิทยฐานะ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร สร้างขวัญและกำลังใจแก่บัณฑิต ศิษย์เก่าศิษย์ใหม่ ผู้บริหาร คณาจารย์ บุคลากรแก่สถาบันอย่างยิ่ง พระบรมราโชวาททั้ง 12 องค์ สะท้อนแนวพระราชดำริของพระองค์ในการให้ความสำคัญแก่หลักการบัณฑิตนักปฏิบัติ หลักการทำงาน และความสำคัญของประเทศ พระบรมราโชวาทจึงเป็นแนวทางให้บัณฑิตของราชมงคลเกิดความรู้ความเข้าใจและนำความรู้ ตลอดจนประสบการณ์จากการศึกษาลงมือปฏิบัติในสถาบันแห่งนี้ไปปฏิบัติในชีวิตจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด อันจะนำความเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้าที่ยั่งยืนมาสู่ประเทศชาติ พระบรมราโชวาทเหล่านี้ได้จารึกอยู่ในประวัติศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล โดยเฉพาะในความทรงจำของศิษย์เก่าที่มีจำนวนมากและเป็นบุคคลตัวอย่างในสังคมมากมาย และจักเทิดทูนไว้อย่างมิรู้ลืม ด้วยความปลื้มปิติที่ได้รับพระมหากรุณาธิคุณอันเป็นมงคลสูงสุดในฐานะบุคลากรทางการศึกษาที่เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนการศึกษาของชาติ

อย่างไรก็ตามเมื่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง เติบโตขึ้นตามกาลเวลา และปรับเปลี่ยนทิศทางการผลิตบัณฑิตสาขาวิชาต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น การผลิตบัณฑิตสู่สังคมยังคงเป็นภารกิจหลักของมหาวิทยาลัย การเสด็จพระราชทานปริญญาบัตร และการพระราชทานนามราชมงคล “มงคลแห่งพระราชา” ของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เป็นพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ศึกษาเนื้อหา พบว่า เนื้อหาของพระบรมราโชวาททั้ง 12 องค์ ให้ความสำคัญหลักการเป็นนักปฏิบัติ หลักการทำงาน ความสำคัญของบัณฑิต และความสำคัญของประเทศ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการวางแผนดำเนินนโยบายของสถาบันควรนำไปทบทวน ให้เกิดเป็นรูปธรรม

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์วิเคราะห์เนื้อหา พบว่า เมื่อวิเคราะห์พระบรมราโชวาททั้ง 12 องค์ พบว่า พระอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ในการลบภาพซึ่งถูกสังคมมองว่าเป็นนักเรียนชั้นสองของสังคมได้อย่างแยบคาย สถาบันจึงควรพัฒนานักศึกษาให้ครบทุกด้าน ทั้งด้านวิชาชีพและวิชาชีวิต

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบองค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญ คือ พระบรมราโชวาทจึงเป็นหลักฐานชั้นต้นที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ทางประวัติศาสตร์ได้ สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ “รากฐานแห่งปัญญา: การศึกษาและพัฒนาค่านิยมของเยาวชนจากพระบรมราโชวาท”

เอกสารอ้างอิง

กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ. (2550). *ประมวลพระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พุทธศักราช 2524-2533*. บริษัทเกรย์แมทเทอร์ จำกัด.

กิตติ จุ้ยกำจร และสิริพร อั้งโสภา. (2567). การพัฒนารูปแบบเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกับโรงเรียนเครือข่ายสู่การศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ, 6*(1), 164-178. https://so03.tcithaijo.prg/index.php/art/article/view/274410/182816

จิดาภา เร่งมีศรีสุข และคณะ. (2562). รูปแบบการพัฒนาทักษะทางสังคมของบัณฑิตนักปฏิบัติด้านการบริการฐานความรู้ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 6*(10), 4914-4929. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/216022/162261

ธัญญารัตน์ สาลิกา, กุสุมา แย้มเกตุ และจตุพล ยงศร. (2569). การศึกษาระดับการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุน ในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ, 8*(1), 240-253. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/295170/193254

ปุณย์จรีย์ สรสีสม และคณะ. (2566). การวิเคราะห์ประเภทของข้อความพระบรมราโชวาท ในรัชกาลที่ 9 ที่พระราชทานในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 6*(2),7-18. https://so14.tci-thaijo.org/index.php/VandVJournal/article/view/2367/1358

พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ และคณะ. (2567). การพัฒนารูปแบบการจัดการความขัดแย้งเชิงกลยุทธ์อย่างสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในประเทศไทย. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมทางการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 4*(2), 1-18. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/RESEARCH_INNOVTION_IN_EDUCATION/article/view/273033/185958

พยุงศักดิ์ ทราบรัมย์. (2560). พระบรมราโชวาทกับแนวทางการปฏิบัติงานของข้าราชการ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 11*(ฉบับพิเศษ), 147-156. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/rmuj/article/view/262188/176278

พระราชบัญญัติเปลี่ยนชื่อวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาเป็นสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2532. (2532, 18 สิงหาคม). *ราชกิจจานุเบกษา.* เล่ม 106 ตอนที่ 132. หน้า 9-11.

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ.2548. (2548, 18 มกราคม). *ราชกิจจานุเบกษา.* เล่ม 122 ตอนที่ 6 ก. หน้า 17-45.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา. (2559). พระบรมราโชวาท. *นิตยสารราชมงคลล้านนา, (6),* พฤษภาคม-ธันวาคม, 22-31.

วงเดือน นาราสัจจ์. (2560). พระบรมราโชวาทที่จารึกอยู่ในประวัติศาสตร์ของชาวมศว. (พ.ศ.2517-2531). *วารสารประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 42*(สิงหาคม 2560- กรกฎาคม 2561), 1-11.

สัมพันธ์ สุกใส และคณะ. (2562). การพัฒนาระบบประเมินแผนยุทธศาสตร์ระดับคณะของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, 4*(3), 581-585. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmbr/article/view/201129/163803

สำนักราชเลขาธิการ. (2533). *พระราชกรณียกิจระหว่างเดือนตุลาคม 2532-กันยายน 2533*. โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

สืบสิทธิ์ ผาสุก, ทรงเดช สอนใจ และศุภธนกฤษ ยอดสละ. (2566). การพัฒนาสมรรถนะของผู้นำนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 8*(2), 79-90. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/266785/178990

เอกชัย เนาวนิช และณมน จีรังสุวรรณ. (2560). การพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจสำหรับผู้บริหารในการก้าวสู่อาชีพอย่างสากลของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 6*(1), 184-198. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bkkthon/article/view/210782/145972

รูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21

THE MODEL OF PRIVATE SCHOOL MANAGEMENT TOWARDS EXCELLENCE IN THE 21st CENTURY

อัชรี ชาญเชาว์* และสมเกียรติ บุญรอด
Atcharee Chanchao and Somkeit Boonrawd
สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
Program in Educational Administration, Graduate School, Western University
*Corresponding Author E-mail: atcharee.chan@gmail.com
Received February 16, 2026; **Revised** May 4, 2026; **Accepted** May 5, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบ สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ ความต้องการจำเป็น และแนวทางการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 2) สร้างและตรวจสอบรูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 และ 3) ประเมินรูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 การวิจัยเป็นแบบผสมผสาน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยผู้อำนวยการและรองผู้อำนวยการโรงเรียนเอกชนที่มีนักเรียนตั้งแต่ 300 คนขึ้นไป ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 6 จังหวัด จำนวน 134 คน โดยใช้ประชากรทั้งหมด และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 7 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.80–1.00 และค่าความเชื่อมั่น 0.98 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI Modified) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา นอกจากนี้ การสร้างและตรวจสอบรูปแบบดำเนินการโดยการสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คน และประเมินรูปแบบจากผู้อำนวยการโรงเรียนและผู้อำนวยการกลุ่มนิเทศ ติดตาม และประเมินผล จำนวน 73 คน โดยใช้ประชากรทั้งหมด และวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันของการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ขณะที่สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านการพัฒนาหลักสูตรและการสนับสนุนเครือข่ายความร่วมมือมีค่าดัชนีความต้องการจำเป็นสูงสุด 2) รูปแบบการบริหารที่สร้างขึ้นประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา กระบวนการบริหาร และแนวทางการประเมิน โดยผลการตรวจสอบรูปแบบพบว่ามีความเหมาะสม และ 3) ผลการประเมินรูปแบบพบว่ามีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก และมีความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: รูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชน, การบริหารการศึกษา, ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21

Abstract

This research aimed to 1) examine the components, current conditions, desirable conditions, priority needs, and guidelines for private school management

towards excellence in the 21st century, 2) develop and validate a management model for private schools toward excellence in the 21st century, and 3) evaluate the management model for private schools toward excellence in the 21st century. This study employed a mixed methods research design. The participants included 134 private school directors and deputy directors from private schools with at least 300 students in six provinces in the Upper Central Region of Thailand, using the total population for data collection, and seven key informants. The research instruments consisted of questionnaires and semi-structured interviews, with content validity (IOC) ranging from 0.80 to 1.00 and a reliability coefficient of 0.98. Data were analyzed using mean, standard deviation, and the Modified Priority Needs Index (PNI Modified), while qualitative data were analyzed through content analysis. The model was developed and validated through a focus group discussion with nine experts and subsequently evaluated by 73 participants, including school directors and heads of supervision, monitoring, and evaluation units, using the total population and analyzed by mean and standard deviation.

The findings revealed that 1) the overall current condition of private school management towards excellence in the 21st century was at a high level, whereas the desirable condition was at the highest level. Curriculum development and the promotion of collaborative networks showed the highest priority needs, 2) the developed model comprised five components: principles, objectives, content, management processes, and evaluation guidelines, and was found to be appropriate, and 3) the evaluation results indicated that the model was highly feasible and had the highest level of usefulness.

Keywords: private school management model, educational administration, 21st Century excellence

บทนำ

โรงเรียนเอกชนเป็นกลไกสำคัญของระบบการศึกษาไทยที่มีบทบาทในการสนับสนุนการยกระดับคุณภาพการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ โดยช่วยเพิ่มทางเลือกทางการศึกษาและกระจายโอกาสในการเข้าถึงการเรียนรู้ อันมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนามาตรฐานการศึกษาของประเทศในภาพรวม (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน, 2567) ข้อมูลสถิติการศึกษาล่าสุดสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการยกระดับคุณภาพผู้เรียนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมฐานความรู้และเศรษฐกิจดิจิทัล (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2567) อย่างไรก็ตาม โรงเรียนเอกชนกำลังเผชิญความท้าทายจากแนวโน้มจำนวนผู้เรียนที่ลดลง การแข่งขันที่สูงขึ้น และความคาดหวังของผู้ปกครองที่มุ่งเน้นคุณภาพการจัดการศึกษาและมาตรฐานสากล (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567) สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการบริหารจัดการสถานศึกษาเอกชน

จำเป็นต้องพัฒนาไปสู่รูปแบบที่มีความเป็นระบบและสามารถปรับตัวต่อบริบทที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภายใต้บริบทของศตวรรษที่ 21 การจัดการศึกษาจำเป็นต้องปรับแนวคิดการเรียนรู้โดยให้ความสำคัญกับผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง และส่งเสริมทักษะที่จำเป็นสำหรับโลกยุคใหม่ เพื่อเตรียมผู้เรียนให้สามารถเรียนรู้ตลอดชีวิตและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง (วิไล ธรรมวาจา และ สมศิริ สิงห์ลพ, 2567) ผู้บริหารสถานศึกษาจึงต้องมีสมรรถนะด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์ การใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ และการขับเคลื่อนองค์กรสู่คุณภาพอย่างต่อเนื่อง (วิทยา จันทร์ศิลา, 2561) แนวคิดการบริหารสู่ความเป็นเลิศได้รับการยอมรับว่าเป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพองค์กรและผลลัพธ์ทางการศึกษา (อมรรัตน์ เตชะนอก, 2563) ขณะที่งานวิจัยระดับนานาชาติชี้ให้เห็นว่าภาวะผู้นำของผู้บริหารมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรและผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนอย่างยั่งยืน (Leithwood, 2021) รวมทั้งการมุ่งเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและการจัดการศึกษาแบบเฉพาะบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 (Richardson & Khawaja, 2025)

ในเชิงทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับ “รูปแบบ” ถูกมองว่าเป็นกรอบแนวทางเชิงระบบที่ประกอบด้วยองค์ประกอบซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นเหตุเป็นผล และสามารถใช้กำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างเป็นแบบแผน (Brown & Moberg, 1980; Asawapoom, 2024) การพัฒนารูปแบบการบริหารจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างมาตรฐานการปฏิบัติงานและสนับสนุนการประเมินผลอย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีงานวิจัยด้านภาวะผู้นำและการบริหารสู่ความเป็นเลิศในสถานศึกษาหลากหลายบริบท แต่การศึกษาที่มุ่งพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนแบบบูรณาการ ซึ่งเชื่อมโยงองค์ประกอบเชิงระบบเข้ากับบริบทการแข่งขันทางการศึกษาไทยและข้อจำกัดด้านทรัพยากรยังมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการแข่งขันทางการศึกษาและการเปลี่ยนแปลงของจำนวนผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง

จากความสำคัญและช่องว่างของงานวิจัยดังกล่าว การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบ สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นในการบริหารโรงเรียนเอกชน รวมทั้งสร้าง ตรวจสอบ และประเมินรูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยที่ได้คาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริหารสถานศึกษาเอกชนให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบ สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ ความต้องการจำเป็น และแนวทางการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21
2. เพื่อสร้างและตรวจสอบรูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21
3. เพื่อประเมินรูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21

การทบทวนวรรณกรรม

รูปแบบและการพัฒนารูปแบบ

แนวคิดเรื่อง “รูปแบบ” ในทางการบริหารและการศึกษาโดยสาระสำคัญหมายถึงกรอบแนวทางเชิงระบบที่ใช้จัดระเบียบองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีความสัมพันธ์กันอย่างมีเหตุผล และสามารถนำไปใช้กำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างเป็นแบบแผน รูปแบบจึงทำหน้าที่ทั้งในมิติของการอธิบายเชิงแนวคิดและการนำไปใช้ในทางปฏิบัติ โดยช่วยเชื่อมโยงทฤษฎีกับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง

แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับการมององค์การในฐานะระบบเปิด ซึ่งองค์ประกอบภายในและภายนอกมีความสัมพันธ์กันและต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง (Brown & Moberg, 1980) โดยรูปแบบที่มีคุณภาพควรมีวัตถุประสงค์ชัดเจน สามารถแสดงความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลขององค์ประกอบ และใช้ในการอธิบายหรือพยากรณ์ผลได้ (Keeves, 1988) ขณะเดียวกัน รูปแบบที่สมบูรณ์ควรประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ วัตถุประสงค์ หลักการหรือทฤษฎีที่รองรับ ระบบงาน วิธีดำเนินงาน และการประเมินผล ซึ่งสะท้อนทั้งมิติแนวคิดและการปฏิบัติ (Ivancevich et al., 1989; Asawapoom, 2024)

เมื่อสังเคราะห์ร่วมกับงานวิจัยด้านการพัฒนารูปแบบทางการศึกษา พบว่าการพัฒนารูปแบบที่มีคุณภาพควรดำเนินการอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการสังเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ และตรวจสอบความเหมาะสมก่อนนำไปใช้จริง (Anannawee & Prawatrungruang, 2022; Khongcharoen & Kaewurai, 2024; Thongkham & Chulasuwan, 2025) โดยต้องมีโครงสร้างที่ชัดเจน ควบคู่กับกลไกการติดตามและประเมินผล เพื่อให้สามารถพัฒนาอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษา

จากการสังเคราะห์แนวคิดดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่ารูปแบบการบริหารทางการศึกษาที่มีประสิทธิภาพควรประกอบด้วยองค์ประกอบที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ มีฐานทฤษฎีรองรับ และมีกระบวนการประเมินผลที่สะท้อนผลลัพธ์ของการนำไปใช้ ผู้วิจัยจึงนำหลักการดังกล่าวมาใช้เป็นกรอบในการกำหนดองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 โดยประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ หลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา กระบวนการบริหาร และแนวทางการประเมิน เพื่อให้รูปแบบมีความครบถ้วนทั้งเชิงแนวคิดและการดำเนินงาน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารสู่ความเป็นเลิศ

การบริหารสู่ความเป็นเลิศได้รับการพัฒนาจากกรอบแนวคิดด้านการบริหารคุณภาพและการพัฒนาองค์การในระดับสากล ซึ่งแม้จะมีจุดเน้นแตกต่างกัน แต่มีสาระสำคัญร่วมกันในด้านการพัฒนาองค์กรอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง แนวคิด 7-S Framework ของ McKinsey เน้นความสอดคล้องขององค์ประกอบภายในองค์กรทั้งด้านโครงสร้าง กลยุทธ์ ระบบ บุคลากร และค่านิยมร่วม (Peters & Waterman, 1982) ขณะที่เกณฑ์ Malcolm Baldrige มุ่งเน้นการบริหารองค์กรโดยยึดผลลัพธ์เป็นสำคัญ ควบคู่กับการนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจ (National Institute of Standards and Technology [NIST], 2008) ส่วนแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์กร (TQM) ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของบุคลากรและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Oakland, 2003) และเกณฑ์ PMQA เน้นการยกระดับคุณภาพการบริหาร

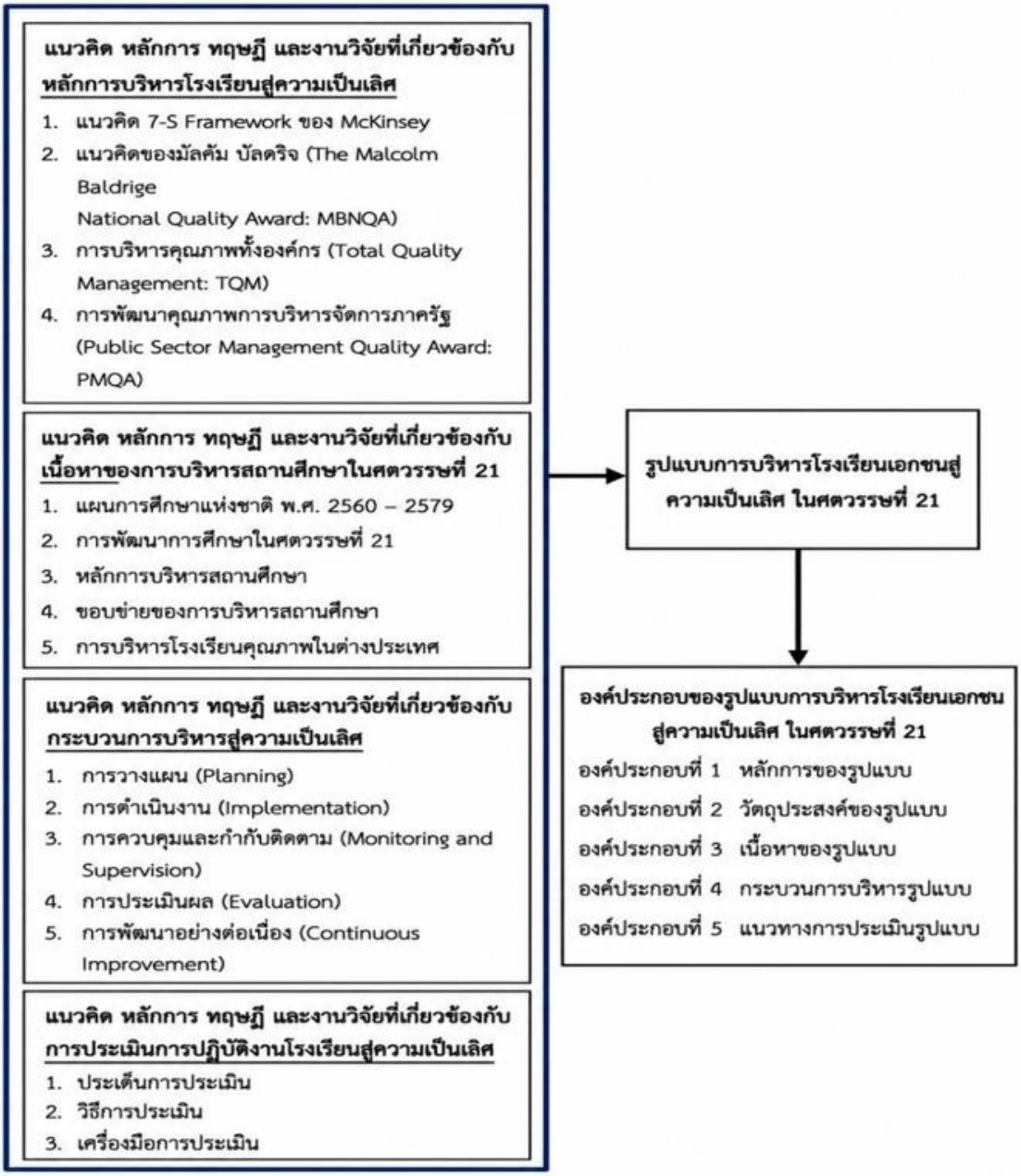
จัดการภาครัฐให้มีมาตรฐานและประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2562)

เมื่อสังเคราะห์แนวคิดดังกล่าวร่วมกัน จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญของการบริหารสู่ความเป็นเลิศประกอบด้วย ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ การวางแผนและกำหนดทิศทางองค์กร การบริหารทรัพยากร การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับการกำหนดองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารในงานวิจัยนี้ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในด้านหลักการของรูปแบบ กระบวนการบริหาร และแนวทางการประเมินผล

สำหรับบริบทของสถานศึกษา โดยเฉพาะโรงเรียนเอกชนที่ต้องเผชิญการแข่งขันและความคาดหวังด้านคุณภาพอย่างสูง แนวคิดการบริหารสู่ความเป็นเลิศจึงมีบทบาทสำคัญในการยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษา ทั้งในด้านการสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ การพัฒนาบุคลากรและค่านิยมองค์กร การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการใช้ผลลัพธ์เป็นฐานในการพัฒนา แนวคิดเหล่านี้จึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 ให้มีความสอดคล้องทั้งในเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยกำหนดกรอบแนวคิดจากการสังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบและแนวคิดการบริหารสู่ความเป็นเลิศ เพื่อนำมาใช้เป็นฐานในการพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 รูปแบบที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา กระบวนการบริหาร และแนวทางการประเมิน ทั้งนี้มุ่งให้ได้รูปแบบที่มีความชัดเจน เป็นระบบ และสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของสถานศึกษาเอกชน ดังแสดงในภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดดังกล่าวสะท้อนกระบวนการดำเนินการวิจัย โดยเริ่มจากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การกำหนดองค์ประกอบของรูปแบบ จากนั้นดำเนินการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การศึกษาองค์ประกอบ สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็น (2) การพัฒนาและตรวจสอบรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และ (3) การประเมินรูปแบบ เพื่อให้ได้รูปแบบที่มีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ได้จริง และสอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษาเอกชน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 พื้นที่วิจัย ได้แก่ โรงเรียนเอกชนในระบบประเภทสามัญศึกษาในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยนาท พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี สิงห์บุรี สระบุรี และอ่างทอง โดยกำหนดประชากรเป็นผู้อำนวยการและรองผู้อำนวยการโรงเรียนเอกชนที่มีจำนวนนักเรียนตั้งแต่ 300 คนขึ้นไป ในปีการศึกษา 2568 และใช้ประชากรทั้งหมดในการศึกษา การดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาองค์ประกอบ สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ ความต้องการจำเป็น และแนวทางการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21

ดำเนินการโดยศึกษาจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบของการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศ การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณใช้ประชากร ได้แก่ ผู้อำนวยการและรองผู้อำนวยการโรงเรียนเอกชน จำนวน 134 คน เครื่องมือคือแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.80–1.00 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI Modified) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพได้จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 7 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างและตรวจสอบร่างรูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21

โดยสังเคราะห์ผลจากขั้นตอนที่ 1 เพื่อยกร่างรูปแบบ และตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบผ่านการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 คน เพื่อให้เกิดฉันทามติข้อมูลจากการสนทนากลุ่มวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงรูปแบบให้มีความสมบูรณ์และสามารถนำไปใช้ได้จริง

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินรูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21

โดยประเมินความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร ได้แก่ ผู้อำนวยการโรงเรียนเอกชน จำนวน 67 คน และผู้อำนวยการกลุ่มนิเทศ ติดตาม และประเมินผล จำนวน 6 คน รวม 73 คน โดยใช้ประชากรทั้งหมด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำผลการประเมินมายืนยันความเหมาะสมและการนำไปใช้ได้จริงของรูปแบบ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย นำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า การบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) หลักการ 2) วัตถุประสงค์ 3) เนื้อหา 4) กระบวนการบริหาร และ 5) แนวทางการประเมิน

สำหรับการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็น ผู้วิจัยได้พิจารณาในองค์ประกอบด้านเนื้อหาของรูปแบบ ซึ่งประกอบด้วย 6 ด้าน ผลการวิเคราะห์พบว่า สภาพปัจจุบันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.37) ขณะที่สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.56) เมื่อพิจารณาความต้องการจำเป็น พบว่า ด้านการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้ และด้านการสนับสนุนเครือข่ายความร่วมมือ มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็นแบบปรับปรุง (PNI Modified) สูงสุด (0.05) แสดงให้เห็นว่าทั้งสองด้านเป็นประเด็นเร่งด่วนที่ควรได้รับการพัฒนาเป็นลำดับแรก รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และค่าดัชนีลำดับความต้องการจำเป็น ของการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 ในภาพรวม (N =134)

การบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI Modified	อันดับ
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ		
1. ด้านการกำหนดนโยบายในการจัดการศึกษา	4.37	0.50	มาก	4.56	0.54	มากที่สุด	0.04	3
2. ด้านการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้	4.35	0.54	มาก	4.56	0.54	มากที่สุด	0.05	1
3. ด้านการพัฒนาคุณภาพครู	4.40	0.51	มาก	4.57	0.54	มากที่สุด	0.04	3
4. ด้านการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน	4.40	0.55	มาก	4.58	0.53	มากที่สุด	0.04	3
5. ด้านการพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการศึกษา	4.39	0.56	มาก	4.56	0.56	มากที่สุด	0.04	3
6. ด้านการสนับสนุนเครือข่ายความร่วมมือในการจัดการศึกษา	4.34	0.60	มาก	4.57	0.58	มากที่สุด	0.05	1
รวม	**4.37**	**0.54**	**มาก**	**4.56**	**0.55**	**มากที่สุด**	**0.04**	**-**

จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า แนวทางการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศควรให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน การบริหารเชิงกลยุทธ์ การพัฒนาหลักสูตรและคุณภาพผู้เรียน การพัฒนาครูและบุคลากร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ พร้อมทั้งมีระบบการติดตาม ประเมินผล และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการสร้างรูปแบบพบว่า รูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) หลักการ 2) วัตถุประสงค์ 3) เนื้อหา 4) กระบวนการบริหาร และ 5) แนวทางการประเมิน

ผลการตรวจสอบร่างรูปแบบโดยการสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิมีฉันทามติว่า

รูปแบบมีความเหมาะสม มีความสอดคล้องเชิงหลักการ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง โดยมีข้อเสนอแนะให้เพิ่มความชัดเจนของหลักการ กระบวนการบริหาร และแนวทางการประเมิน ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงจนได้รูปแบบฉบับสมบูรณ์ โดยรูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีหลักการสำคัญ ได้แก่ การสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ การบริหารเชิงกลยุทธ์ การพัฒนาบุคลากรและค่านิยมองค์กร การมีส่วนร่วมของเครือข่าย และความรับผิดชอบต่อสังคม เนื้อหาครอบคลุม 6 ด้าน และมีกระบวนการบริหาร 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน การดำเนินงาน การกำกับติดตาม การประเมินผล และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการประเมินอย่างเป็นระบบ

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการประเมินรูปแบบพบว่า โดยภาพรวมรูปแบบมีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.48) และมีความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.68) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า องค์ประกอบด้านกระบวนการบริหารมีความเป็นไปได้สูงสุด ($\bar{X}$ = 4.59) ขณะที่ทุกองค์ประกอบได้รับการประเมินด้านความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นไปได้และความเป็นประโยชน์รูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 โดยภาพรวม (N =73)

รายการประเมิน	ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
องค์ประกอบที่ 1 หลักการของรูปแบบ	4.49	0.55	มาก	4.65	0.54	มากที่สุด
องค์ประกอบที่ 2 วัตถุประสงค์ของรูปแบบ	4.50	0.56	มาก	4.73	0.55	มากที่สุด
องค์ประกอบที่ 3 เนื้อหาของรูปแบบ	4.43	0.53	มาก	4.61	0.56	มากที่สุด
องค์ประกอบที่ 4 กระบวนการบริหารของรูปแบบ	4.59	0.55	มากที่สุด	4.76	0.54	มากที่สุด
องค์ประกอบที่ 5 แนวทางการประเมินของรูปแบบ	4.42	0.56	มาก	4.66	0.52	มากที่สุด
รวม	**4.48**	**0.51**	**มาก**	**4.68**	**0.50**	**มากที่สุด**

อภิปรายผล

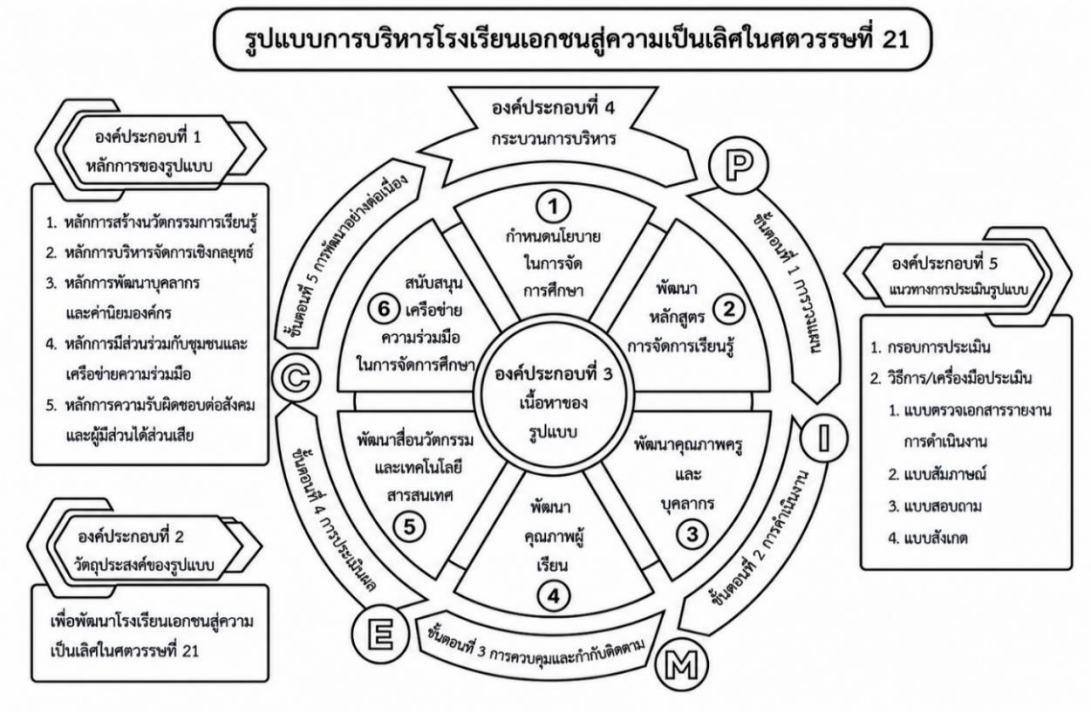
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า สภาพปัจจุบันของการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ขณะที่สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าสถานศึกษามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงมีช่องว่างที่ต้องได้รับการยกระดับ โดยเฉพาะด้านการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้และการสนับสนุนเครือข่ายความร่วมมือ ซึ่งมีค่าดัชนีความต้องการจำเป็นสูงสุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริบทของโรงเรียนเอกชนที่ต้องเผชิญการแข่งขันทางการศึกษาที่สูง และความคาดหวังของผู้ปกครองที่มุ่งเน้นคุณภาพผู้เรียนและความสามารถในการแข่งขัน ส่งผลให้สถานศึกษาจำเป็นต้องพัฒนาหลักสูตรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและสอดคล้องกับทักษะในศตวรรษที่ 21 ขณะเดียวกัน การสร้างเครือข่ายความร่วมมือยังมีข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและทรัพยากร จึงทำให้เป็นด้านที่มีความต้องการจำเป็นสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารสู่ความเป็นเลิศที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

และการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง (Oakland, 2003; NIST, 2008) รวมทั้งสอดคล้องกับข้อเสนอของ วิทยา จันทร์ศิลา (2561) และ สมเกียรติ บุญรอด (2566) ที่ชี้ให้เห็นว่าสถานศึกษายังต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางการศึกษา ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การสร้างและตรวจสอบรูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 ส่งผลให้ได้รูปแบบที่ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการของรูปแบบ วัตถุประสงค์ของรูปแบบ เนื้อหาของรูปแบบ กระบวนการบริหาร และแนวทางการประเมินของรูปแบบ ซึ่งสะท้อนลักษณะของรูปแบบเชิงระบบที่เชื่อมโยงองค์ประกอบต่าง ๆ อย่างเป็นเหตุเป็นผล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพัฒนารูปแบบได้อาศัยทั้งการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ควบคู่กับการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จึงทำให้รูปแบบมีความครอบคลุมทั้งด้านวิชาการและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้จริง สอดคล้องกับแนวคิดของ Brown and Moberg (1980) ที่มององค์การเป็นระบบเปิดซึ่งต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และ Keeves (1988) ที่เสนอว่ารูปแบบที่มีประสิทธิภาพควรมีโครงสร้างชัดเจนและสามารถนำไปใช้ได้จริง รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ Asawapoom (2024) ที่ระบุว่ารูปแบบที่ดีควรมีองค์ประกอบครบถ้วนและสามารถประยุกต์ใช้ได้ในบริบทขององค์กร นอกจากนี้ หลักการของรูปแบบที่เน้นการสร้างนวัตกรรม การบริหารเชิงกลยุทธ์ การพัฒนาบุคลากร การมีส่วนร่วมของเครือข่าย และความรับผิดชอบต่อสังคม ยังสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารคุณภาพทั้งองค์กร (TQM) ที่มุ่งพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องและยึดผลลัพธ์เป็นสำคัญ (Oakland, 2003)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า รูปแบบการบริหารที่พัฒนาขึ้นมีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก และมีความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะองค์ประกอบด้านกระบวนการบริหารที่ได้รับการประเมินว่ามีความเป็นไปได้สูงสุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกระบวนการบริหารของรูปแบบมีลักษณะเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน ได้แก่ การวางแผน การดำเนินงาน การกำกับติดตาม การประเมินผล และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวปฏิบัติของผู้บริหารสถานศึกษาและสามารถนำไปใช้ได้ทันที จึงส่งผลให้ได้รับการประเมินในระดับสูง ขณะเดียวกัน การที่รูปแบบมีความเป็นประโยชน์ในระดับมากที่สุด สะท้อนว่ารูปแบบสามารถตอบสนองต่อความต้องการจำเป็นของสถานศึกษาได้อย่างตรงประเด็น และสามารถนำไปใช้พัฒนาการบริหารได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ivancevich et al. (1989) ที่ระบุว่ารูปแบบที่มีประสิทธิภาพต้องสามารถนำไปใช้ได้จริงและก่อให้เกิดผลลัพธ์ต่อองค์กร อย่างไรก็ตาม การนำรูปแบบไปใช้ควรพิจารณาความแตกต่างของบริบทสถานศึกษา เช่น ขนาดองค์กร ทรัพยากร และความพร้อมของบุคลากร เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวอาจส่งผลต่อประสิทธิผลของการดำเนินงาน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยครั้งนี้ คือ การพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 ที่มีลักษณะเป็นรูปแบบเชิงระบบ โดยบูรณาการแนวคิดการบริหารสู่ความเป็นเลิศเข้ากับบริบทของสถานศึกษาเอกชน และพัฒนาขึ้นบนพื้นฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์จากการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น (PNI Modified) ร่วมกับการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ในรูปแบบแผนภาพได้ ดังแสดงในแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงรูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการบริหารที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) หลักการของรูปแบบ (2) วัตถุประสงค์ของรูปแบบ (3) เนื้อหาของรูปแบบ (4) กระบวนการบริหาร และ (5) แนวทางการประเมินรูปแบบ โดยในส่วนของ “เนื้อหาของรูปแบบ” ครอบคลุม 6 ด้านสำคัญ ได้แก่ การกำหนดนโยบาย การพัฒนาหลักสูตร การพัฒนาคุณภาพครูและบุคลากร การพัฒนาคุณภาพผู้เรียน การพัฒนาสื่อและเทคโนโลยี และการสนับสนุนเครือข่ายความร่วมมือ

สาระสำคัญขององค์ความรู้ใหม่นี้อยู่ที่ “กระบวนการบริหารเชิงวงจร” ซึ่งแสดงในรูปแบบวงล้อ โดยประกอบด้วย 5 ขั้นตอนที่เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน (Planning: P) ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินงาน (Implementation: I) ขั้นตอนที่ 3 การควบคุมและกำกับติดตาม (Monitoring and Supervision: M) ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผล (Evaluation: E) และขั้นตอนที่ 5 การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement: C) ซึ่งกระบวนการดังกล่าวทำหน้าที่ขับเคลื่อนองค์ประกอบด้านเนื้อหาทั้ง 6 ด้านให้ดำเนินไปอย่างเป็นระบบและเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ รูปแบบดังกล่าวยังมีความโดดเด่นในด้านการเชื่อมโยง “องค์ประกอบ–กระบวนการ–การประเมินผล” เข้าด้วยกันอย่างเป็นองค์รวม และได้รับการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ รวมทั้งการประเมินจากผู้ใช้จริง ส่งผลให้รูปแบบมีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของโรงเรียนเอกชน

สรุป

การวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า การบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและสอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านคุณภาพการศึกษา เทคโนโลยี และการแข่งขันทางการศึกษา โดยผลการศึกษาพบว่า แม้ว่าสภาพปัจจุบันของการบริหารจะอยู่ในระดับมาก แต่ยังคงมีช่องว่างเมื่อเทียบกับสภาพที่พึงประสงค์ โดยเฉพาะด้านการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้และการสนับสนุนเครือข่ายความร่วมมือ ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความต้องการจำเป็นสูง

การพัฒนารูปแบบการบริหารโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 ส่งผลให้ได้รูปแบบที่มีโครงสร้างชัดเจน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา กระบวนการบริหาร และแนวทางการประเมิน ซึ่งเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบทของสถานศึกษาเอกชน

นอกจากนี้ ผลการประเมินรูปแบบยังแสดงให้เห็นว่า รูปแบบมีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเป็นประโยชน์ในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงศักยภาพของรูปแบบในการใช้เป็นกรอบแนวทางในการยกระดับคุณภาพการบริหารสถานศึกษา และสนับสนุนการพัฒนาโรงเรียนเอกชนสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า แม้สภาพปัจจุบันของการบริหารโรงเรียนเอกชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่ยังมีช่องว่างเมื่อเทียบกับสภาพที่พึงประสงค์ โดยเฉพาะด้านการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้และด้านการสนับสนุนเครือข่ายความร่วมมือ ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาและหน่วยงานต้นสังกัดควรกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาหลักสูตรโดยอิงการวิเคราะห์บริบทของสถานศึกษาและความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ พร้อมทั้งพัฒนาหลักสูตรที่บูรณาการทักษะในศตวรรษที่ 21 เช่น การคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร การทำงานร่วมกัน และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ควบคู่กับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ Active Learning นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคีภายนอกในรูปแบบที่เป็นรูปธรรม เช่น การจัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับสถานประกอบการในพื้นที่ การจัดตั้งคณะกรรมการร่วมกับชุมชน หรือการเชิญผู้เชี่ยวชาญจากภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้ เพื่อยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาอย่างเป็นระบบ

1.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า รูปแบบการบริหารที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการ วัตถุประสงค์ เนื้อหา กระบวนการบริหาร และแนวทางการประเมิน ซึ่งมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ได้ ดังนั้น สถานศึกษาสามารถนำรูปแบบดังกล่าวไปประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวทางในการบริหาร โดยดำเนินการให้ครบทุกองค์ประกอบอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ควรคำนึงถึงเงื่อนไขความสำเร็จ ได้แก่ การสร้างความเข้าใจร่วมกันของบุคลากรในองค์กร การเตรียม

ความพร้อมด้านทรัพยากรและงบประมาณ การกำหนดบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน และการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า รูปแบบมีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก และมีความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการนำรูปแบบไปใช้ในสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนให้มีการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน และดำเนินการติดตามและประเมินผลเป็นระยะ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงการดำเนินงานให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงทดลองหรือกึ่งทดลองเพื่อนำรูปแบบการบริหารไปใช้จริงในสถานศึกษา และประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อคุณภาพผู้เรียน ประสิทธิผลขององค์กร และความสามารถในการแข่งขันของสถานศึกษา เพื่อยืนยันประสิทธิผลของรูปแบบในบริบทจริง นอกจากนี้ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงลึกหรือวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ในองค์ประกอบที่มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็นสูง เช่น ด้านการพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนรู้และด้านเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อพัฒนาเป็นแนวทางปฏิบัติหรือนวัตกรรมการบริหารเฉพาะด้าน รวมทั้งควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังโรงเรียนเอกชนประเภทอื่น หรือระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน เพื่อเพิ่มความครอบคลุมขององค์ความรู้และความสามารถในการประยุกต์ใช้ในบริบทที่หลากหลายยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

วิไล ธรรมวาจา, และ สมศิริ สิงห์ลพ. (2567). 3-ACTIVE: แนวทางการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 12*(2), 1–13. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/UDRUAJ/article/view/276323/186626

วิทยา จันทร์ศิลา. (2561). *การบริหารเชิงกลยุทธ์สู่การพัฒนาคุณภาพการศึกษา*. รัตนสุวรรณการพิมพ์.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). *โรงเรียนนานาชาติในไทยยังคงเติบโต สวนทางกับภาพรวมจำนวนนักเรียนและโรงเรียนในไทยที่หดตัวตามแนวโน้มของสถิติการเกิดที่ลดลง.* https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/IAO-No-02-International-School.aspx

สมเกียรติ บุญรอด. (2566). *องค์การและการบริหารสถานศึกษาสมัยใหม่*. โฟกัสพริ้นติ้ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2562). *เกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA).*

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. (2567). *แผนพัฒนาการศึกษาเอกชน พ.ศ. 2566–2570*. https://opec.go.th/news/detail/1254

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2567). *รายงานประจำปี 2567*. https://backoffice.onec.go.th/uploads/Book/2122-file.pdf

อมรรัตน์ เตชะนอก. (2563). การบริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21. *Journal of Modern Learning Development, 5*(6), 364–373. https://share.google/077qFL2Xnv32bMDD4

Anannawee, P., & Prawatrungruang, S. (2022). Synthesis of research on model development for educational innovative organization of schools, the Office of the Basic Education Commission. *Rajapark Journal, 16*(45), 487–504. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/256876

Asawapoom, S. (2024). Models and model development through research in educational administration. *Journal of the Association of Professional Development of Educational Administration of Thailand*, *6*(1), 414–423. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JAPDEAT/article/view/269871

Brown, W., & Moberg, D. J. (1980). *Organization theory and management: A macro approach*. Wiley.

Ivancevich, J. M., Konopaske, R., & Matteson, M. T. (1989). *Management: Principles and functions* (4th ed.). Richard D. Irwin.

Keeves, P. J. (1988). *Educational research, methodology, and measurement: An international handbook*. Pergamon.

Khongcharoen, P., & Kaewurai, W. (2024). Development of a learning management model based on the design thinking process to enhance learning and innovation skills of upper secondary school students. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, *45*(3), 757–766. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kjss/article/view/274815

Leithwood, K. (2021). A review of evidence about equitable school leadership. *Education Sciences, 11*(8), 377. https://doi.org/10.3390/educsci11080377

National Institute of Standards and Technology. (2008). *Baldrige national quality program: Educational criteria for performance excellence.* https://web.agri.cmu.ac.th/qa/document/HB/TQA_EdPEx/2008_Education_Criteria.pdf

Oakland, J. S. (2003). *Total quality management: Text with cases* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann.

Peters, T. J., & Waterman, R. H. (1982). *In search of excellence: Lessons from America's best-run companies*. Harper & Row.

Richardson, J. W., & Khawaja, S. (2025). Meta-synthesis of school leadership competencies to support learner-centered, personalized education. *Frontiers in Education, 10,* Article 1537055. https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1537055

Thongkham, P., & Chulasuwan, S. (2025). The development of an educational quality development model in basic education institutions. *Interdisciplinary Academic and Research Journal*, *5*(1), 629–648. https://doi.org/10.60027/iarj.2025.280920

การจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต
CREATIVE FOOD DECORATION SUAN DUSIT STYLE

อัครพล ไวเชียงค้า* และกาญจนา เฟื่องศรี
Akkarapol Waichiangkha* and Kanchana Fuangsri
โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
School of Culinary Art, Suan Dusit University
*Corresponding Author E-mail: akkarapol_wai@dusit.ac.th
Received July 22, 2025; **Revised** May 22, 2026; **Accepted** May 28, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบในการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต 2) สร้างรูปแบบการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต และ 3) จัดทำคู่มือแนวทางการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) แบ่งเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ทรงคุณวุฒิและเชี่ยวชาญด้านอาหารและศิลปะ จำนวน 15 ท่าน และระยะที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประเมินความเหมาะสมของคู่มือโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบประเมินความเหมาะสม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบในการจัดตกแต่งอาหารฯ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ (1) องค์ความรู้ด้านศิลปะ (2) องค์ความรู้ด้านอาหาร (3) คุณภาพของภาชนะที่ใช้ (4) ลักษณะหรือชนิดของอาหาร (5) วัตถุดิบที่ใช้ และ (6) ความปลอดภัยของวัตถุดิบ 2) รูปแบบการจัดตกแต่งอาหารฯ ที่สังเคราะห์ได้มีลักษณะเด่นคือความเรียบง่ายที่ทรงคุณค่าเน้นการกินได้จริงและสุขอนามัย โดยพัฒนาเป็นต้นแบบ 10 เมนูอัตลักษณ์ ได้แก่ ขนมจีนน้ำยา ขนมจีนน้ำพริก ผัดไทข้าวเกรียบปากหม้อ เมี่ยงคำ กระทงทอง ข้าวตังหน้าตั้ง สาคูไส้หมู เต้าส่วน และบัวลอยเผือก 3) คู่มือแนวทางการจัดตกแต่งอาหารฯ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.94, S.D. = 0.16) ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นมาตรฐานในการยกระดับการนำเสนออาหารไทยสู่สากลได้จริง
คำสำคัญ: การจัดตกแต่งอาหาร, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, อัตลักษณ์อาหารไทย, สวนดุสิต

Abstract

This research aimed to: 1) study the components of creative food decoration in the Suan Dusit style, 2) create a model for creative food decoration, and 3) develop a handbook on creative food decoration guidelines. The study employed a mixed methods research design. Phase 1 involved qualitative research through in-depth interviews with 15 experts in food and art to synthesize the model. Phase 2 involved quantitative research to evaluate the suitability of handbook by 7 experts. Research

instruments included semi-structured interview forms and evaluation forms. Data were analyzed using content analysis and descriptive statistics (mean and standard deviation).

The findings revealed that: 1) The components of creative food decoration consist of six key elements: Art Knowledge, Food Knowledge, Container Quality, Food Characteristics, Ingredients, and Ingredient Safety. 2) The created model emphasizes "Simplicity with Value," focusing on edible aesthetics and hygiene. It encompasses 10 identity menus: Khanom Chin Nam Ya, Khanom Chin Nam Phrik, Pad Thai, Khao Kriap Pak Mo, Miang Kham, Krathong Thong, Khao Tang Na Tang, Saku Sai Mu, Tao Suan, and Bua Loi Phueak. 3) The handbook for creative food decoration guidelines was evaluated as highly suitable (M = 4.94, SD = 0.16). This research provides a standardized approach to elevating Thai food presentation to international standards while preserving its cultural roots.

Keywords: Food Decoration, Creative Economy, Thai Food Identity, Suan Dusit

บทนำ

ในบริบทของโลกยุคปัจจุบัน อาหารไทยได้ยกระดับสถานะจากการเป็นเพียงปัจจัยในการดำรงชีพก้าวสู่การเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมที่ทรงพลัง หรือ ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ของประเทศ (พิมพาภรณ์ บุญประเสริฐ, 2567) โดยใช้วัฒนธรรมการกินเป็นสื่อกลางในการสร้างมูลค่าเพิ่มและภาพลักษณ์ที่ดีในเวทีโลก อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงในอุตสาหกรรมอาหารระดับโลก ปัจจัยแห่งความสำเร็จไม่ได้ถูกจำกัดอยู่เพียงแค่ รสชาติที่เป็นเลิศเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับรูปลักษณ์และการนำเสนอ ซึ่งเปรียบเสมือนประตูด่านแรกในการสร้างความประทับใจและดึงดูดผู้บริโภคตามหลักการ คุณกินด้วยตาของคุณก่อน (You eat with your eyes first) การออกแบบรูปลักษณ์อาหารจึงเป็นส่วนหนึ่งของงานประยุกต์ศิลป์ที่ต้องอาศัยทัศนศิลปธาตุ เช่น เส้น สี แสงเงา และพื้นที่ว่าง มาบูรณาการร่วมกับหลักการทางศิลปะเพื่อช่วยสร้างสรรค์สุนทรียภาพทางอารมณ์ให้แก่ผู้บริโภค ถึงกระนั้น ปัญหาสำคัญที่พบในปัจจุบันคือ รูปแบบการนำเสนออาหารไทยมักถูกแบ่งแยกออกเป็นสองขั้วอย่างชัดเจนและขาดจุดเชื่อมโยงที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานในเชิงธุรกิจสากล กล่าวคือ ขั้วอาหารชาววัง เน้นงานวิจิตรศิลป์ชั้นสูงและการแกะสลักผักผลไม้ที่ซับซ้อนงดงาม ทรงคุณค่าทางวัฒนธรรม (รัตติกาล เจนจัด, 2565) แต่มีข้อจำกัดในเรื่อง ความสะดวกในการรับประทาน และต้นทุนเวลาในการผลิตเชิงพาณิชย์ ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบัน และ ขั้วอาหารสตรีทฟู้ดหรืออาหารสมัยใหม่ เน้นรสชาติที่จัดจ้านและความรวดเร็วในการบริการ (สุเมษย์ หนกหลัง และคณะ, 2567) แต่อาจขาดความละเมียดละไม หรือขาดอัตลักษณ์ความงามแบบไทยที่ชัดเจน ทำให้มูลค่าของอาหารไม่ได้ถูกยกระดับเท่าที่ควร สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างทางความรู้ที่สำคัญ กล่าวคือ ปัจจุบันยังขาดองค์ความรู้หรือต้นแบบที่เป็น กึ่งกลาง หรือ จุดสมดุล ที่สามารถผสานความประณีตบรรจงของศิลปะไทยเข้ากับความทันสมัยและหลักการกินได้จริงในเชิงพาณิชย์ได้อย่างลงตัว

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ในฐานะสถาบันอุดมศึกษาชั้นนำที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์มาจากโรงเรียนการเรือนแห่งแรกของประเทศไทย (ศิโรจน์ ผลพันธิน และคณะ, 2567) ถือเป็นคลังปัญญาที่สำคัญด้านอาหารและการบริการโดยมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่เรียกว่าอาหารข้างวัง หรือตำรับอาหารแม่บ้านการเรือน ซึ่งมีจุดเด่นที่แตกต่างจากอาหารชาววังดั้งเดิม กล่าวคือ แม้จะมีความประณีตบรรจง แต่เน้นความเรียบง่ายที่ทรงคุณค่า ยึดหลักการกินได้จริง และคำนึงถึงหลักโภชนาการมากกว่าการตกแต่งที่ฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็น อย่างไรก็ตาม องค์ความรู้และเอกลักษณ์การตกแต่งอาหารในแบบฉบับสวนดุสิตนี้ยังประสบปัญหาความกระจัดกระจายโดยส่วนใหญ่มักฝังอยู่ในตัวบุคคล ผู้เชี่ยวชาญ หรือปรากฏอยู่ในตำราเรียนเก่า ขาดการรวบรวมและสังเคราะห์อย่างเป็นระบบให้เป็นรูปแบบมาตรฐาน (Standardized Model) หรือคู่มือปฏิบัติงานที่ชัดเจน ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์และการแข่งขันในระดับสากล ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่ต้องการมาตรฐานความเป็นมืออาชีพ

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นที่จะเติมเต็มช่องว่างทางความรู้นี้โดยการถอดรหัสพันธุกรรมทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาดั้งเดิมของสวนดุสิต มาบูรณาการร่วมกับหลักการออกแบบสมัยใหม่ และทัศนศิลปธาตุ เช่น การใช้เส้น สี และพื้นที่ว่าง ควบคู่ไปกับหลักวิทยาศาสตร์การอาหารเพื่อรักษาคุณภาพและรสสัมผัส กระบวนการนี้มีเป้าหมายเพื่อสร้างสรรค์ รูปแบบการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิตที่เป็นรูปธรรม มีมาตรฐานและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ซึ่งจะไม่เพียงแต่เป็นการอนุรักษ์รากเหง้าทางวัฒนธรรมไม่ให้สูญหาย แต่ยังเป็นการยกระดับอาหารไทยให้เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในธุรกิจบริการและโรงแรม เพื่อรองรับนโยบายการขับเคลื่อนซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) และยุทธศาสตร์ ครัวไทยสู่ครัวโลก ได้อย่างยั่งยืนและสง่างาม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต
2. เพื่อสร้างรูปแบบการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต
3. เพื่อจัดทำคู่มือแนวทางการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต

การทบทวนวรรณกรรม

ตามแนวคิดของ Lohr, L. (2003) กล่าวว่า การออกแบบ คือศาสตร์แห่งความคิด การแก้ไขปัญหา เพื่อสนองจุดมุ่งหมาย และนำกลับมาใช้งานได้อย่างพึงพอใจ โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 3 ประเด็นสำคัญดังนี้ 1) ความสวยงาม (Authentic) ความงามทั้ง 2 ลักษณะ คือ ความงามทางด้านกายภาพ มองเห็นได้ด้วยตา และความงามทางด้านจิตใจ ความรู้สึกในเรื่องความงามเป็นผลอันเกิดจากประสบการณ์และความรู้ ของมนุษย์ ซึ่งส่วนหนึ่งได้ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ และอีกส่วนหนึ่งเป็นผลที่เกิดจากความเกี่ยวข้องกับความรู้ทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ 2) มีประโยชน์ใช้สอยที่ดี (Function) การมีประโยชน์ใช้สอยที่ดีนั้นเป็นเรื่องสำคัญมากในงานออกแบบทุกประเภท ถ้าเป็นงานกราฟิก สื่อสิ่งพิมพ์ ตัวหนังสือที่อยู่ในงาน ควรต้องอ่านง่าย จึงจะเรียกได้ว่าเป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยที่ดีได้ เป็นต้น และ 3) มีแนวความคิดในการออกแบบที่ดี (Concept) แนวความคิดในการออกแบบที่ดีคือ

หนทางที่ทำให้งานออกแบบตอบสนองต่อความรู้สึกพอใจและมีคุณค่า (Value) มากขึ้น ทฤษฎีทางศิลปะเป็นเพียงแนวทางในการทำงาน ศิลปะไม่ใช่กฎเกณฑ์ในการทำงานศิลปะ เพราะศิลปะไม่สามารถบีบบังคับและมีหลักเกณฑ์ที่แน่นอนตายตัว

Halse, A, O. (1968) ได้สรุปเกี่ยวกับองค์ประกอบของการออกแบบคือ ทัศนธาตุและลักษณะของทัศนธาตุ ทัศนธาตุ ได้แก่ จุด, เส้น, รูปร่าง, รูปทรง 1) จุด (Dot) จุดเป็นองค์ประกอบของการออกแบบอันดับแรกมีความหมายในตัวเอง แสดงให้เห็นพลังในการขยายหรือรวมตัวได้ จุดที่มีขนาดแตกต่างกันสามารถก่อให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ได้ เช่นทำให้เกิดความรู้สึกของทิศทาง สามารถรวมกันเป็นเอกภาพ การรวมกันของจุด สามารถทำให้เกิดน้ำหนักเป็นเส้น เกิดเป็นปริมาตรและรูปทรงได้ 2) เส้น (Line) คือ จุดหลายจุดที่เรียงกันเป็นแถว ก่อให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวไปมาในทิศทางต่าง ๆ สามารถสื่อความหมายได้หลากหลาย 3) รูปร่าง (Shape) รูปร่างมีลักษณะแบนไม่มีความหนา เป็นรูป 2 มิติ รูปร่างเกิดจากเส้นและทิศทางที่มีปลายทั้งสองมาบรรจบกันมีอยู่ 3 ลักษณะ คือ วงกลม สามเหลี่ยม และสี่เหลี่ยม ซึ่งเรียกว่าเป็นรูปร่างพื้นฐานหรือรูปร่างเรขาคณิต รูปร่างเหล่านี้มีความหมายในตัวเอง เช่น รูปสี่เหลี่ยมให้ความรู้สึกสงบ ตรงไปตรงมา รูปสามเหลี่ยมมีพลังให้ความรู้สึกโต้แย้ง ส่วนวงกลมนั้น ให้ความรู้สึกอบอุ่น ปลอดภัย รูปร่างอีกลักษณะคือ รูปร่างอิสระ (Free Shape) รูปร่างอิสระให้ความรู้สึกที่เป็นเสรี และ 4) รูปทรง (Form) รูปทรงมีลักษณะเป็น 3 มิติ เป็นรูปร่างที่มีความหนา รูปทรงมีสองประเภทใหญ่ ๆ คือ รูปทรงเรขาคณิตและรูปทรงอิสระ (Free Form) เป็นรูปทรงที่มีลักษณะไม่จำกัด รูปทรงแต่ละชนิดสามารถให้ความรู้สึกต่าง ๆ กัน เช่น รูปทรงเหลี่ยมจะทำให้รู้สึกมีความแข็งแรงและมั่นคงแน่นอน รูปทรงกลมจะสร้างความรู้สึกเคลื่อนไหว และรูปทรงกระบอกสูงจะให้ความรู้สึกสง่างาม รูปทรงอิสระ มักจะเห็นกันอยู่ในธรรมชาติ ให้ความรู้สึกที่เป็นอิสระ เป็นต้น

ศุภรา อรุณศรีมรกต (2561) ได้กล่าวถึงศิลปะการจัดวาง เป็นองค์ประกอบเสริมทำให้งานออกแบบมีชีวิตชีวา มีความงามเป็นที่พอใจมากขึ้น ลักษณะเหล่านี้จะปรากฏอยู่ในผลงานออกแบบทุกประเภท แต่อาจมีลักษณะที่เด่นแตกต่างกันไปตามความต้องการของผู้ออกแบบ ซึ่งประกอบด้วย 1) ขนาด (Size) พิจารณาจากพื้นที่หรือบริเวณตัววัตถุ (Positive Space) เป็นเกณฑ์จากพื้นที่หรือบริเวณโดยรอบตัววัตถุ (Negative space) เกิดความรู้สึกเรื่องระยะหรือความลึก (Distance or Depth) ว่าใกล้หรือไกล วัตถุที่มีขนาดใหญ่จะรู้สึกว่าวัตถุก้อนนั้นอยู่ใกล้ตัวเรา ถ้าวัตถุมีขนาดแตกต่างกันวางอยู่ใกล้กัน ก่อให้เกิดความรู้สึกขัดแย้ง 2) ทิศทาง (Direction) ทิศทางมีความหมายในการให้ความรู้สึกคล้ายลักษณะของเส้น ทิศทางในแนวนอน-ตั้งฉากแสดงออกถึงความมั่นคง แนวเฉียงแสดงออกถึงความไม่อยู่กับที่มีความเคลื่อนไหว มีอิทธิพลในการสร้างความตื่นเต้นต่อการรับรู้ทางตา ทิศทางเหล่านี้มีพลัง และมีความสำคัญที่ให้ผลต่อการสื่อความหมายในการออกแบบ 3) พื้นที่ว่าง (Space) หมายถึงบริเวณว่างที่ล้อมรอบรูปร่างหรือรูปทรง บริเวณว่างสามารถเป็นได้ทั้งบริเวณว่างจริงและบริเวณว่าล่วงตามีลักษณะเป็นสองมิติและสามมิติ บริเวณว่างสองมิติหมายถึงแผ่นระนาบของกระดาษ ผ้าใบ ผนัง แสดงเฉพาะความกว้างและความยาว ส่วนบริเวณว่างสามมิติ หมายถึง บริเวณว่างล่วงตาแสดงความกว้าง ยาว และความลึก 4) ระยะ-ความลึก (Distance-Depth) ในการสร้างความรู้สึกของระยะความลึกลงในภาพจะใช้เส้นระดับที่ขนานกับกรอบพื้นที่ เริ่มต้นใช้เส้นระดับตา แล้วค่อย ๆ เพิ่มระดับของเส้นขึ้นเรื่อย ๆ ก็จะทำให้รู้สึกมีระยะ-ความลึกของพื้นที่มากขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับพื้นหลังมีส่วนสร้างความรู้สึกของความลึกให้เกิดขึ้นได้ 5) ลักษณะผิว (Texture) ลักษณะผิว หมายถึง ลักษณะภายนอก

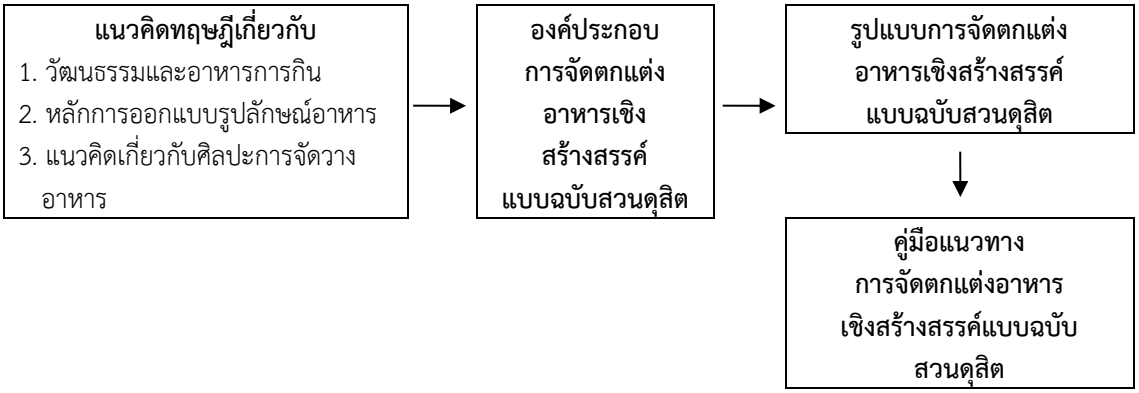
ของสิ่งต่าง ๆ เช่น มัน ด้าน ละเอียด หยาบ เรียบ ขรุขระ เรารับรู้ในเรื่องเหล่านี้ได้ทางตา และการสัมผัสลักษณะผิวมีบทบาทสำคัญสำหรับงานออกแบบทั้ง 2 และ 3 มิติ เพราะช่วยสร้างความเร้าใจและตื่นเต้นให้กับผู้ที่ได้สัมผัส 6) ลวดลาย เป็นการจัดตกแต่งพื้นผิวให้ปรากฏเป็นลวดลายในลักษณะต่าง ๆ อาจจัดโดยใช้ลักษณะซ้ำ ๆ กันของจุด เส้น สี ลงบนพื้นผิวของรูปร่างหรือรูปทรง สามารถสร้างความสมบูรณ์ให้เกิดขึ้นในงานออกแบบได้ 7) ความเข้ม (Value) เป็นน้ำหนักความมืดและสว่างของแสงที่ตกกระทบลงยังพื้นที่ หรือวัตถุมีความแตกต่างกันตั้งแต่ขวา เทา-อ่อน เทา เทาเข้ม ไปจนถึงดำ ก่อให้เกิดความรู้สึกในการรับรู้ได้ เช่น เกิดความเคลื่อนไหว ระยะใกล้-ไกล ความลึก-ตื้น ความแตกต่างของขนาด ความ กลม ความหนา เป็นต้น และ 8) สี (Color) เป็นลักษณะอย่างหนึ่งของทัศนธาตุที่มีบทบาทสำคัญ สีมีอิทธิพลต่อจิตใจมนุษย์เป็นอย่างยิ่ง สามารถสร้างปฏิกิริยาให้กับอารมณ์ความรู้สึกได้อย่างมาก

ปฤณัต นัจนฤตย์ (2554) ได้ศึกษาการพัฒนาหลักสูตรการออกแบบตกแต่งอาหารเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน พบว่า ควรมีหลักสูตรการออกแบบตกแต่งอาหารเป็นหลักสูตรฝึกอบรม ควรเน้นการปฏิบัติการออกแบบอาหารตามสถานการณ์จริงซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) หลักสูตรการออกแบบตกแต่งอาหารที่พัฒนาขึ้นมีหลักการ เน้นการสร้างรูปลักษณ์อาหารเข้าสู่ระบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยรูปแบบอาหารที่มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ วัตถุประสงค์หลักสูตร เพื่อพัฒนา บุคลากรด้านอาหาร โดยการเน้นการปฏิบัติการ มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้เบื้องต้น ทัศนธาตุและหลักการศิลปะ ภาชนะและบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอรูปลักษณ์อาหาร 3) มีขั้นตอนการนำหลักสูตรไปใช้ โดยมีรูปแบบ PLATE ประกอบด้วย ขั้นการเตรียมการ (P: Preparing) ชั้นจัดกระบวนการเรียนรู้ (L: Learning) ขั้นการประเมินผล (A: Assessment) การลำดับเนื้อหาของการอบรม (T: Topic of Content) และการเพิ่มความเป็นมืออาชีพ (E: Enhancements of professional skills) 4) ผลการประเมินหลักสูตร พบว่า 1) ความรู้การออกแบบตกแต่งอาหารหลังการเรียนบุคลากรธุรกิจอาหารมีความรู้ในการออกแบบตกแต่งอาหารสูงกว่าก่อนเรียนแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 2) ความสามารถปฏิบัติการออกแบบตกแต่งอาหารหลังการเรียนบุคลากรธุรกิจอาหารมีความสามารถในการปฏิบัติออกแบบ ตกแต่งอาหารสูงกว่าก่อนเรียนแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ 01 3) ผลการปฏิบัติการกิจกรรมระหว่างเรียน บุคลากรธุรกิจอาหารอยู่ในระดับดีมาก 4) บุคลากรธุรกิจอาหารมีทัศนคติที่ดีต่อหลักสูตรและการออกแบบตกแต่ง อาหาร เพราะได้ความรู้และแนวมุมมองใหม่เพิ่มมากขึ้น ได้เทคนิควิธีการช่วยออกแบบอาหาร มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบสร้างงานและนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน และ 5) ผู้เรียนและวิทยากรมีความพึงพอใจของต่อหลักสูตรในระดับสูงและผู้เชี่ยวชาญรับรองผลว่าหลักสูตรมีความเหมาะสมในระดับสูง

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาองค์ประกอบการตกแต่งซึ่งเป็นส่วนช่วยให้ผลงานมีรูปลักษณ์ที่แปลกใหม่ น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผลงานสร้างสรรค์ใช้ในการคิดตำรับอาหารจากการพัฒนารูปลักษณ์เป็นฐานแล้ว ยังจะช่วยต่อยอดให้เกิดการพัฒนาสู่รูปลักษณ์อาหารประเภทอื่น ๆ ได้อีกเป็นจำนวนมากต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงแบบผสมผสาน (Mixed Methods Design) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎี หลักการออกแบบตกแต่ง และศิลปะการจัดวางอาหาร โดยมีรายละเอียดดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Design) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม เพื่อศึกษาการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต

2. กลุ่มเป้าหมาย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารและศิลปะ ผู้บริหาร และคณาจารย์ที่มีประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยสวนดุสิต จำนวน 15 ท่าน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึกและสังเคราะห์รูปแบบ

2.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Experts) สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อและเนื้อหาอาหาร จำนวน 7 ท่าน เพื่อประเมินความเหมาะสมของคู่มือ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ครอบคลุมประเด็นคำถามเกี่ยวกับ 1) อัตลักษณ์อาหารสวนดุสิต 2) หลักการใช้ทัศนธาตุและศิลปะในอาหาร 3) การจัดการวัตถุดิบและภาชนะ และ 4) เทคนิคการนำเสนออาหาร 10 เมนูเป้าหมาย

3.2 แบบประเมินความเหมาะสม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สำหรับประเมินรูปแบบและคู่มือ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิ 15 ท่าน บันทึกข้อมูล และใช้วิธีการ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสกัดองค์ประกอบและสังเคราะห์เป็นรูปแบบต้นแบบ (Draft Model)

4.2 วัตถุประสงค์ที่ 3 นำคู่มือที่พัฒนาขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ 7 ท่านประเมิน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 15 ท่าน พบว่า การจัดตกแต่งอาหารต้องประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก คือ 1) องค์ความรู้ด้านศิลปะการใช้ทัศนธาตุ (สี เส้น รูปทรง) และหลักการจัดวาง (ความสมดุล จุดเด่น) 2) องค์ความรู้ด้านอาหารวิทยาศาสตร์การอาหาร การรักษาอุณหภูมิและรสสัมผัส 3) คุณภาพของภาชนะ การใช้วัสดุมาตรฐาน (เครื่องกระเบื้อง/เซรามิก) ที่ส่งเสริมมูลค่า 4) ลักษณะของอาหาร อัตลักษณ์อาหารข้างวังที่ประณีตแต่กินง่าย 5) วัตถุดิบที่ใช้ การใช้วัตถุดิบธรรมชาติไม่ใช้สิ่งปลอมปน และ 6) ความปลอดภัย สำคัญที่สุดคือสิ่งที่ตกแต่งต้องรับประทานได้จริงและปลอดสารพิษ แสดงดังแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ประกอบในการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อสร้างรูปแบบการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต รูปแบบการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต (10 รูปแบบ) จากการสังเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างสรรค์รูปแบบการจัดตกแต่งอาหารที่เป็นเอกลักษณ์จำนวน 10 เมนู โดยเน้นแนวคิด East Meets West คือ การเสิร์ฟแบบสากล (จานเดี่ยว/พอดีคำ) แต่คงรสชาติและจิตวิญญาณไทย ดังนี้

1. รูปแบบขนมจีนน้ำยา เน้นการแยกหมวดหมู่ผักเคียงอย่างชัดเจนโดยใช้เทคนิคการซอยผักที่ละเอียดประณีตและจัดเสิร์ฟแบบจานเดี่ยวที่แยกน้ำยาและเส้นออกจากกันหรือจัดวางให้เป็นระเบียบเพื่อความสะอาดและให้ผู้บริโภคกำหนดสัดส่วนการทานได้เอง

2. รูปแบบขนมจีนน้ำพริก เน้นการบริหารจัดการรสสัมผัสโดยแยกของทอด (เช่น ใบไม้ทอด ดอกไม้ทอด) ออกจากของสดและน้ำแกงเพื่อรักษาความกรอบ มีการใช้ดอกไม้ทอดเพิ่มสีสันและจัดเส้นเป็นคำ (จับ) วางคู่กับเครื่องเคียงที่ตัดสีกันอย่างสวยงาม

3. รูปแบบผัดไท สร้างอัตลักษณ์ด้วยการไม่ห่อไข่เพื่อโชว์คุณภาพของเส้นที่เหนียวนุ่มและฉ่ำซอส คัดสรรกุ้งขนาดใหญ่ทอดแยกเพื่อคงรูปทรงสวยงามวางด้านบนแยกเครื่องปรุงและผักสดจัดเป็นกลุ่มก้อนเพื่อสุขอนามัย และแกะสลักมะนาวแบบบั้งลายขวางเพื่อความสะดวกในการบีบ

4. รูปแบบข้าวเกรียบปากหม้อ แป้งมีความบางใสเห็นไส้ใช้สีจากธรรมชาติ จัดเสิร์ฟโดยแยกของร้อนออกจากผักสด เพื่อป้องกันผักช้ำและจัดผักเคียงมัดรวมเป็นช่อหรือคำ เพื่อความเป็นระเบียบและสะดวกในการหยิบรับประทาน

5. รูปแบบเมี่ยงคำ เน้นศิลปะการหั่นเครื่องเคียง (ขิง หอมแดง มะนาว) เป็นทรงลูกเต๋าเล็ก ๆ ขนาดเท่ากันจัดวางแยกหมวดหมู่สีสันชัดเจนล้อมรอบน้ำเมี่ยง หรือจัดเสิร์ฟแบบคำสำเร็จเพื่อความสะดวกและทันสมัย

6. รูปแบบกระทงทอง เน้นความกรอบและสีสันธรรมชาติ โดยแยกตัวกระทงแป้งและไส้ออกจากกัน (กรณีไม่ทานทันที) ไส้ใช้ผักสามสี (ข้าวโพด แครอท ถั่วลันเตา) ผัดให้แห้งกำลังดีตกแต่งหน้าด้วยผักชีและพริกชี้ฟ้าแดงเพื่อตัดกับสีเหลืองทองของกระทง

7. รูปแบบข้าวตังหน้าตั้ง ยกระดับจากอาหารทานเล่นด้วยการทำแผ่นข้าวตังเป็นทรงเรขาคณิต (กลม/เหลี่ยม) พอดีคำ ทอดฟูเหลืองทองจัดเสิร์ฟโดยแยกน้ำราดใส่ถ้วยไว้ตรงกลางหรือด้านข้างเพื่อรักษาความกรอบของข้าวตังจนคำสุดท้าย น้ำหน้าตั้งเน้นสีนวลตามธรรมชาติของกะทิ

8. รูปแบบสาคูไส้หมู โดดเด่นด้วยลักษณะเม็ดสาคูแบบตากบ (สุกใสแต่มีไตขุ่นตรงกลาง) ผิวเป็นเงาวาวจากการคลุกน้ำมันกระเทียมเจียว จัดเสิร์ฟคู่กับผักเคียงที่จัดเป็นช่อหรือมัดคำอย่างประณีตเพื่อเปลี่ยนภาพลักษณ์จากขนมทั่วไปสู่อาหารว่างที่มีมูลค่า

9. รูปแบบเต้าส่วน นำเสนอสุนทรียภาพแห่งความใสและเนื้อสัมผัส แป้งต้องใสวาวเม็ดถั่วเรียงตัวสวยไม่เละ ตัดสีด้วยกะทิขาวข้นหนืดด้านบน จัดเสิร์ฟในภาชนะถ้วยกระเบื้องหรือแก้วโดยตักเพียง 3 ใน 4 ส่วนของถ้วยเพื่อให้เห็นขอบภาชนะที่สะอาดตา

10. รูปแบบบัวลอยเผือก เน้นสัดส่วนเนื้อเผือกมากกว่าแป้งเพื่อให้ได้สีม่วงอ่อนธรรมชาติและรสสัมผัสเนียนนุ่ม ปั้นเม็ดกลมเท่ากันทุกเม็ด ลอยในน้ำกะทิข้นหนืด (ไม่แตกมัน) เสิร์ฟในถ้วยและช้อนกระเบื้องที่สอดรับกับรูปทรงอาหารเพื่อความสะดวกในการตักรับประทาน



ภาพที่ 1 แสดงรูปแบบการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์ แบบฉบับสวนดุสิต

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อจัดทำคู่มือแนวทางการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต ผลการวิจัยพบว่า คู่มือประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก คือ บทนำ (องค์ประกอบความรู้) และแนวทางการจัดตกแต่ง 10 เมนู (วัสดุอุปกรณ์ ขั้นตอน เอกลักษณ์) โดยมีการใช้ภาพประกอบที่ชัดเจน ผลการประเมินความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 7 ท่าน มีความเห็นว่าคู่มือมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.94, S.D. = 0.16) โดยเนื้อหาครอบคลุมทั้งภาคทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน สามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบในการเรียนการสอนและการประกอบธุรกิจได้จริง

อภิปรายผล

1. องค์ประกอบในการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต จากการศึกษาพบว่า องค์ประกอบสำคัญในการจัดตกแต่งอาหารแบบฉบับสวนดุสิต ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ องค์ความรู้ด้านศิลปะ องค์ความรู้ด้านอาหาร คุณภาพของภาชนะ ลักษณะของอาหาร วัตถุดิบ และความปลอดภัย โดยมีหัวใจสำคัญคือการบูรณาการระหว่างศาสตร์และศิลป์ภายใต้ปรัชญา ความเรียบง่ายที่ทรงคุณค่า ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นสำคัญ คือ การบูรณาการสุนทรียศาสตร์เข้ากับวิทยาศาสตร์การอาหาร ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การตกแต่งอาหารต้องอาศัยศาสตร์ในการรักษาคุณภาพ เช่น การจัดการอุณหภูมิและความกรอบ ควบคู่กับศิลป์ในการจัดวาง ซึ่งสอดคล้องกับ ปฤณัต นัจนฤตย์ (2560) ในแนวคิดของทัศนศิลปธาตุในการออกแบบอาหาร ที่ระบุว่าการออกแบบรูปลักษณ์อาหารต้องคำนึงถึงเส้น สี รูปร่าง และพื้นผิวเพื่อกระตุ้นความอยากอาหาร บุคลากรทางอาหารจำเป็นต้องมีความรู้เรื่องทัศนธาตุและหลักการศิลปะเพื่อนำไปสู่การจัดวางที่เหมาะสมและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหาร นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของวัตถุดิบตกแต่งที่ต้องรับประทานได้จริง ยังสอดคล้องกับ สรินทร พัฒอำพันธ์ และคณะ (2567) ในแนวคิด จิตวิทยาประสาทสัมผัส ที่ระบุว่ารูปลักษณ์อาหารเป็นด่านแรกของการประเมินความปลอดภัยในการบริโภค หากผู้บริโภครู้สึกว่าปลอดภัยและกินได้จริงจะช่วยลดภาวะการต่อต้านอาหารและสร้างความไว้วางใจ และการใช้อาหารเป็นเครื่องมือสื่อสารทางวัฒนธรรม องค์ประกอบด้านลักษณะและอัตลักษณ์ของอาหารที่สะท้อนความเป็นโรงเรียนการเรือนและอาหารข้างวัง สอดคล้องกับนโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการสร้าง Soft Power ของรัฐบาลไทย ที่มุ่งเน้นการใช้อาหารเป็นทูตวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การที่สวนดุสิตเน้นความประณีตแต่กินได้จริง เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาตีความใหม่เพื่อสร้างจุดขายที่แตกต่าง ซึ่งตรงกับแนวคิดของ จุฑารัตน์ พรโชคกุลพัฒน์ และคณะ (2567) ที่กล่าวว่า อาหารทำหน้าที่เป็นสัญญะทางวัฒนธรรมที่สะท้อนถึงความประณีตและอัตลักษณ์ของชาติ

2. รูปแบบการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต ผลการสร้างรูปแบบการจัดตกแต่งอาหารจำนวน 10 เมนู ที่มีการพัฒนาผ่าน 3 มิติ (รากเหง้าดั้งเดิม ปัจจุบัน และร่วมสมัย) โดยเน้นการแยกส่วนประกอบเพื่อรักษาคุณภาพและการใช้ภาชนะที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ มีประเด็นที่กล่าวได้ คือ รูปแบบการจัดเสิร์ฟที่เปลี่ยนจากสำรับรวมมาเป็นจานเดี่ยวหรือการจัดเป็นคำพอดีคำในเมนูอย่างเมี่ยงคำหรือขนมจีนน้ำยา สอดคล้องกับการศึกษาของ พระมหาสุขชาน ชาครธมฺโม (2561) ซึ่งเป็นการผสมผสานวัฒนธรรมการกินแบบตะวันตกเข้ามาปรับใช้กับอาหารไทยเพื่อความสะดวกและทันสมัย การปรับเปลี่ยนนี้ยังสอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่เน้นความสะดวกสบายและการถ่ายภาพลงสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยที่เน้นการใช้ภาชนะคุณภาพสูง เช่น เครื่องกระเบื้อง หรือชุดชามตราไก่ เพื่อยกระดับมูลค่าอาหาร สอดคล้องกับการศึกษาของ ธีราภรณ์ หุ่นธานี (2556) ในเรื่องทฤษฎี จิตวิทยาภาชนะรองรับอาหารที่ระบุว่าสีและคุณภาพของภาชนะมีผลต่อการรับรู้รสชาติและคุณภาพของอาหาร โดยภาชนะสีขาวหรือภาชนะที่มีคุณภาพดีจะช่วยขับเน้นสีสันของอาหารให้โดดเด่นและดูมีราคาแพงขึ้น นอกจากนี้ การเลือกใช้ภาชนะที่เหมาะสมกับบริบท เช่น ชุดลายครามสำหรับความดั้งเดิม ยังสอดคล้องกับหลักการความกลมกลืนในการจัดองค์ประกอบศิลป์ที่ภาชนะต้องส่งเสริมลักษณะเด่นของอาหาร รูปแบบการจัดวางที่เน้นการแยกของกรอบออกจากของเหลวในเมนูข้าวตังหน้าตั้งและขนมจีนน้ำพริก สอดคล้องกับหลักการวิทยาศาสตร์การอาหาร และเทคนิคเชิงปฏิบัติ

ในการจัดจาน ที่ต้องคำนึงถึงอุณหภูมิและปฏิกิริยาของอาหารเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรสสัมผัสที่ดีที่สุด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด

3. คู่มือแนวทางการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต ผลการจัดทำคู่มือและผลการประเมินความเหมาะสมที่อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องดังนี้คือการมีคู่มือที่เป็นรูปธรรมช่วยให้สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์แบบฉบับสวนดุสิตได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับ ภารตา จันทร์สว่าง และคณะ (2567) ที่พบว่าการพัฒนาหลักสูตรหรือคู่มือการออกแบบตกแต่งอาหารช่วยยกระดับทักษะของบุคลากรในธุรกิจอาหารให้มีสมรรถนะสูงขึ้นและสามารถแข่งขันได้ การมีคู่มือยังเปรียบเสมือนการสร้างมาตรฐานการผลิตที่ช่วยควบคุมคุณภาพของอาหารให้คงที่ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการธุรกิจอาหาร เนื้อหาในคู่มือที่ระบุถึงเอกลักษณ์และที่มาของแต่ละเมนู สอดคล้องกับ อภิญญา มานะโรจน์ และคณะ (2567) ในแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วย เรื่องเล่า ตามโมเดล 4C-TIPS ที่ระบุว่าการบอกเล่าภูมิปัญญาและประวัติความเป็นมาช่วยยกระดับอาหารท้องถิ่นให้ดูทันสมัยและมีคุณค่าทางจิตใจ ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ผู้บริโภคไม่ได้ซื้อเพียงแค่อาหารแต่ซื้อประสบการณ์และเรื่องราวที่แฝงอยู่เบื้องหลัง

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการสังเคราะห์ผลการวิจัยเรื่องการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต นำไปสู่การค้นพบองค์ความรู้ใหม่ที่เป็นพิมพ์เขียวสำหรับการยกระดับมาตรฐานการนำเสนออาหารไทย ซึ่งเกิดจากการบูรณาการระหว่าง ศาสตร์ (วิทยาศาสตร์การอาหาร) และศิลป์ (ทัศนศิลป์) ภายใต้ปรัชญาความเรียบง่ายที่ทรงคุณค่า โดยสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ใหม่ได้ ดังนี้

1. โมเดลองค์ประกอบการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์ งานวิจัยนี้ได้ค้นพบว่า การจัดตกแต่งอาหารให้มีความสวยงามระดับสากลและคงอัตลักษณ์ความเป็นสวนดุสิต ไม่ได้ขึ้นอยู่กับทักษะทางศิลปะเพียงอย่างเดียว แต่ต้องประกอบด้วย 6 องค์ประกอบสำคัญที่ทำงานสัมพันธ์กัน คือ องค์ความรู้ด้านศิลปะ องค์ความรู้ด้านอาหาร คุณภาพของภาชนะที่ใช้ ลักษณะหรือชนิดของอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ และความปลอดภัยของวัตถุดิบ

2. นวัตกรรมรูปแบบการนำเสนอ East Meets West องค์ความรู้นี้ได้นำเสนอแนวทางการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเสิร์ฟอาหารไทยจากวิถีดั้งเดิม (สำรับ) สู่มาตรฐานสากลใน 10 เมนูอัตลักษณ์ที่เน้นการแยกส่วนประกอบ เพื่อรักษาคุณภาพรสชาติจนกว่าจะถึงมือผู้บริโภค

กล่าวโดยสรุป องค์ความรู้ใหม่นี้คือการเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากการตกแต่งเพื่อความสวยงามเพียงอย่างเดียวไปสู่การตกแต่งที่คำนึงถึง สุนทรียศาสตร์แห่งการกินได้จริงซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการสร้าง Soft Power อาหารไทยในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สรุปได้ดังแผนภาพที่ 3



แผนภาพที่ 3 แสดงการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต

สรุป

การวิจัยเรื่องการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต มีข้อค้นพบที่สำคัญตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ องค์ประกอบในการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต พบว่าเกิดจากการบูรณาการระหว่างศาสตร์และศิลป์ภายใต้ปรัชญา “ความเรียบง่ายที่ทรงคุณค่า” ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) องค์ความรู้ด้านศิลปะ ที่เน้นการใช้ทัศนศิลปธาตุและความงามจากธรรมชาติ 2) องค์ความรู้ด้านอาหาร ซึ่งใช้หลักวิทยาศาสตร์การอาหารเพื่อรักษาคุณภาพและรสสัมผัส 3) คุณภาพของภาชนะที่ใช้ โดยเน้นมาตรฐานสูงเพื่อยกระดับมูลค่า 4) ลักษณะหรือชนิดของอาหารที่สอดคล้องกับบริบทการบริการ 5) วัตถุดิบที่ใช้ ซึ่งต้องสอดคล้องกับรสชาติและรับประทานได้จริงทั้งหมด และ 6) ความปลอดภัยของวัตถุดิบ ที่ยึดหลักสุขอนามัยเป็นสำคัญ รูปแบบการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต พบว่ามีการพัฒนาผ่าน 10 รูปแบบเมนูอัตลักษณ์ ได้แก่ ขนมจีนน้ำยา ขนมจีนน้ำพริก ผัดไท ข้าวเกรียบปากหม้อ เมี่ยงคำ กระทงทอง ข้าวตังหน้าตั้ง สาคูไส้หมู เต้าส่วน และบัวลอยเผือก ซึ่งรูปแบบเหล่านี้เน้นเทคนิคการแยกส่วนประกอบเพื่อรักษาคุณภาพ (เช่น แยกของทอดออก

จากของเหลว) การจัดระเบียบเครื่องเคียง และการนำเสนอที่ทันสมัยแต่ยังคงรสชาติและจิตวิญญาณไทย คู่มือแนวทางการจัดตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์แบบฉบับสวนดุสิต พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเนื้อหาคู่มือแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ 1 บทนำ (องค์ประกอบความรู้พื้นฐาน) และส่วนที่ 2 แนวทางการจัดตกแต่งอาหารทั้ง 10 เมนู ซึ่งระบุรายละเอียดวัสดุอุปกรณ์ ขั้นตอน และเทคนิคที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถนำไปใช้เป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติงานและถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สาธารณะได้จริง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ด้านการศึกษาและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยสวนดุสิตและโรงเรียนการเรือน ควรนำคู่มือและรูปแบบที่ได้จากการวิจัยนี้ ไปบรรจุเป็นส่วนหนึ่งของสื่อการเรียนการสอน หรือบทเรียนเสริมในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับศิลปะการประกอบอาหารและการบริการ เพื่อปลูกฝังอัตลักษณ์ให้แก่นักศึกษาตั้งแต่ต้น

ด้านการประกอบธุรกิจ หน่วยงานธุรกิจของมหาวิทยาลัย เช่น โรงแรมสวนดุสิต เพลส หรือครัวสวนดุสิต ควรนำรูปแบบมาตรฐานนี้ไปประยุกต์ใช้ในการจัดเสิร์ฟและการจัดเลี้ยง เพื่อสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ที่เข้มแข็งและเป็นเอกลักษณ์เดียวกัน

ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรม หน่วยงานภาครัฐหรือผู้ประกอบการร้านอาหารไทย สามารถนำแนวคิดความเรียบง่ายที่ทรงคุณค่า และเทคนิคการจัดวางที่คำนึงถึงวิทยาศาสตร์การอาหารนี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับอาหารไทยสู่สากล โดยเน้นความสะอาดและความสะดวกในการรับประทาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การขยายขอบเขตเมนู ควรมีการศึกษาและพัฒนารูปแบบการจัดตกแต่งอาหารในเมนูอัตลักษณ์อื่น ๆ ของสวนดุสิตเพิ่มเติมหรือขยายผลสู่อาหารประเภทอื่น เช่น อาหารตะวันตก หรือเบเกอรี่ในสไตล์สวนดุสิต

การศึกษาผลตอบรับของผู้บริโภค ควรมีการวิจัยเชิงทดลองเพื่อศึกษาความพึงพอใจและการรับรู้ของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่อรูปแบบการจัดตกแต่งอาหารใหม่นี้เปรียบเทียบกับรูปแบบดั้งเดิม เพื่อวัดผลทางเศรษฐศาสตร์และการตลาด

การพัฒนานวัตกรรมสื่อ ควรมีการพัฒนาคู่มือจากรูปแบบเล่มเอกสารไปสู่สื่อดิจิทัล เช่น Application หรือ AR (Augmented Reality) ที่แสดงภาพสามมิติของการจัดจาน เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจมิติของอาหารได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จุฑารัตน์ พรโชคกุลพัฒน์, สุภาวดี ยาดี และเจือง ถิ หั่ง. (2567). การประกอบสร้างคุณค่าเชิงสัญญะทางวัฒนธรรมอาหารในรายการสารคดี โทรทัศน์ หอมกลิ่นสยาม. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *9*(11), 353-367. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/273960

ธีราภรณ์ หุ่นธานี. (2556). โครงการออกแบบภาชนะใส่อาหารเพื่อการบริโภคสำหรับผู้หญิงที่ต้องการควบคุมปริมาณอาหาร. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต]. RSUIR at Rangsit University Intellectual Repository. https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/1642

ปฤณัต นัจนฤตย์. (2554). การพัฒนาหลักสูตรการออกแบบตกแต่งอาหารเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย*, 2(2), 122-134. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/suedureasearchjournal/article/view/7184

ปฤณัต นัจนฤตย์. (2560). การพัฒนาหลักการออกแบบรูปลักษณ์อาหารแบบพอดีคำ บนฐานหลักการทางศิลปะ และทัศนศิลปะธาตุ. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ), 10*(2), 1561-1576. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/99595

พระมหาสุขชาน ชาครธมฺโม. (2561). ศึกษาวิเคราะห์ผู้บริหารในแนวคิดและทฤษฎีตะวันตกและตะวันออก. *วารสารวิจัยธรรมศึกษา*, *1*(2), 21-28. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/dsr/article/view/426

พิมพาภรณ์ บุญประเสริฐ. (2567). วาทกรรมซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของรัฐบาลไทย. *วารสารวิวิธวรรณสาร, 7*(3), 115-130. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wiwitwannasan/article/view/269372

ภารตา จันทร์สว่าง, จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง, วิรัชยา อินทะกันฑ์, กุลชญา สิ่วหงวน และ กีรติญา สอนเนย. (2567). การพัฒนาคู่มือฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการขนมไทยเบื้องต้นสำหรับบุคลากร วิทยาลัยสารพัดช่างแพร่. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *9*(11), 1297-1310. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/270388

รัตติกาล เจนจัด. (2565). การเปลี่ยนผ่านการสื่อสารอาหารในสื่อ. *Media and Communication Inquiry, 4*(2), 156-188. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/MCI/article/view/1850

ศิโรจน์ ผลพันธิน, สุขุม เฉลยทรัพย์, มลิวัลย์ ธรรมแสง, สิรธัมม์ อุดมธรรมานุภาพ และ สุภาภรณ์ ตั้งดำเนินสวัสดิ์. (2567). ธุรกิจวิชาการ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. *วารสารวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, 20*(1), 1-17. https://so19.tci-thaijo.org/index.php/SDUGSAJ/article/view/215

ศุภรา อรุณศรีมรกต. (2561). การรับรู้ผ่านทัศนธาตุ: มุมมองใหม่จากงานออกแบบสู่งานศิลปะ. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ), 11*(1), 2292-2303. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/121556

สรินทร พัฒอำพันธ์, วิกรม รุจยากรกุล, อนิรุธ จันทพาส และ สุคนธ์ ขาวกริบ. (2567). การประเมินความปลอดภัยด้านเคมีและด้านจุลินทรีย์ของอาหารที่จำหน่ายรอบรั้วโรงเรียน พื้นที่เขตแห่งหนึ่งกรุงเทพมหานคร. *วารสารสาธารณสุขและสุขภาพศึกษา*, *4*(2), 1-13. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/tjphe/article/view/268950

สุเมษย์ หนกหลัง, พีรเดช ประคองพันธ์, มารุต พัฒผล, ปริชัย ดาวอุดม, โชคลาภ มั่นคง, ฐปณัธ แสงย้อย, ณัฏฐาทิพ จันทร์ผล, ประพัฒน์ ศิลปกิจจานนท์, ปาวรีย์ ขาวสมบูรณ์, เมทินี น้อยเรือน, ลิลลี่ แม็คกร๊าธ และ สุรวุฒิ เอี่ยวสกุล. (2567). พลวัตวัฒนธรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดย่านเยาวราชของผู้บริโภค: พลวัตวัฒนธรรมการบริโภคอาหารสตรีทฟู้ดย่านเยาวราชของผู้บริโภค. *โขง-สาละวิน*, *15*(2), 120-162. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jnuks/article/view/273738

อภิญญา มานะโรจน์, จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง และ คงศักดิ์ ศรีแก้ว. (2567). การสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านคาเฟ่ จังหวัดพิษณุโลก. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *9*(2), 385-402. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/267414

Halse, A. (1968). *The use of color in interiors*. McGraw-Hill.

Lohr. L. (2003). *Creating graphics for learning and performance: Lessons visual literacy*. Upper Saddle River, N.J. Pearson Education, Inc.

ชุดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี

LEARNING ACTIVITY PACKAGE FOR PM2.5 LITERACY AND PREVENTION OF EARLY ELEMENTARY STUDENTS IN BORDER SCHOOLS, RATCHABURI PROVINCE

จิตคุปต์ ละอองปลิว*
Chittakhup Laongpliu*
มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
Muban Chombueng Rajabhat University
*Corresponding Author E-mail: ikhuppy@gmail.com
Received March 13, 2026; **Revised** May 28, 2026; **Accepted** May 28, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี 2) ประเมินประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการเรียนรู้ ตามเกณฑ์ E1/E2 และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้นที่มีต่อชุดกิจกรรมการเรียนรู้ งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองขั้นต้น กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 จำนวน 343 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan จากนั้นสุ่มแบบกลุ่มเป็นตัวแทนของอำเภอชายแดนจังหวัดราชบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ 2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และ 3) แบบประเมินความพึงพอใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า 1) ชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย หน้าปก คำนำ สารบัญ คำชี้แจง จุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหาสาระ การเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ วัสดุอุปกรณ์และสื่อการเรียนรู้ แบบบันทึกกิจกรรม แบบฝึกหัดท้ายบท บรรณานุกรม และเพลง 2) ชุดกิจกรรมการเรียนรู้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ E1/E2 เท่ากับ 91.95/95.83 โดยผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 (t =20.69) และ 3) ความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้นที่มีต่อชุดกิจกรรมการเรียนรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.50)
คำสำคัญ: ชุดกิจกรรมการเรียนรู้, การรู้เท่าทัน, PM 2.5, ประถมศึกษาตอนต้น, ราชบุรี

Abstract

This research article aimed to 1) develop a learning activity package on PM2.5 literacy and prevention for early elementary students in border schools, Ratchaburi Province, 2) evaluate the efficiency of the learning activity package based on the E1/E2 criteria, and 3) study the satisfaction of early elementary students toward the learning

activity package. This study employed a pre-experimental research design. The sample consisted of 343 students in Grades 1–3. The sample size was determined using Krejcie and Morgan table, and cluster sampling was then used to represent border districts in Ratchaburi Province. The research instruments included: 1) a learning activity package, 2) a learning achievement test, and 3) a student satisfaction questionnaire. Data were analyzed using mean, standard deviation, and t-test.

The results indicated that: 1) the learning activity package on PM2.5 literacy and prevention for early elementary students in border schools, Ratchaburi Province consisted of a cover, preface, table of contents, instructions, learning objectives, content, activities, materials and media, activity record sheets, lesson exercises, references, and songs, 2) the efficiency of the learning activity package met the E1/E2 criterion at 91.95/95.83, the posttest learning achievement was significantly higher than the pretest at the .05 level (t = 20.69), and 3) the satisfaction of early elementary students toward the learning activity package was at the highest level ($\bar{x}$ = 4.75, SD = 0.50).

Keyword: Learning activity package, Literacy, PM 2.5, Early elementary student, Ratchaburi

บทนำ

ปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นสำคัญระดับโลกที่ทวีความรุนแรงขึ้นจากความต้องการและกิจกรรมของมนุษย์ที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้หลายสังคมต้องเผชิญวิกฤติด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง สำหรับประเทศไทยพบวิกฤตสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ ปัญหามลพิษทางอากาศจากฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM 2.5 และปัญหาขยะพลาสติก โดยเฉพาะปัญหาฝุ่น PM 2.5 ซึ่งเป็นวิกฤตเรื้อรังที่เกิดขึ้นยาวนานกว่า 10–15 ปี (กฤษฎา กันติชล และณฐ อังศุวิริยะ, 2565; ขนิษฐา ชัยรัตนาวรรณ และณัฐพศุตม์ ภัทธิราสินสิริ, 2563) ฝุ่นละอองดังกล่าวส่งผลกระทบโดยตรงต่อสุขภาพของประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มเด็กที่มีความเปราะบางต่อมลพิษทางอากาศ ทั้งนี้แม้ว่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์มลพิษและผลกระทบต่อสุขภาพเด็กอยู่บ้าง แต่การพัฒนาแนวทางการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และการรู้เท่าทันปัญหา PM 2.5 ให้แก่เด็กในระบบการศึกษายังขาดแคลน

จังหวัดราชบุรีเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่เผชิญปัญหามลพิษทางอากาศ PM 2.5 อย่างต่อเนื่อง ช่วงปี พ.ศ. 2557–2563 พบว่าระดับ PM 2.5 เฉลี่ยรายวันสูงกว่ามาตรฐานของกรมควบคุมมลพิษเฉลี่ยปีละ 37 ± 11 วัน และเกินมาตรฐานองค์การอนามัยโลกเฉลี่ยปีละ 137 ± 36 วัน ทั้งยังพบว่าการเพิ่มขึ้นของค่า PM 2.5 เฉลี่ยรายวันทุก 10 µg/m³ มีความสัมพันธ์กับอัตราการเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลด้วยโรคปอดอุดกั้นเรื้อรังกำเริบและโรคติดเชื้อทางเดินหายใจในกลุ่มเด็กอายุ 0–14 ปี (สุทธิศักดิ์ เด่นดวงใจ และคณะ, 2564) ซึ่งสาเหตุของปัญหาเกิดจากไฟป่าในช่วงเดือนธันวาคมถึงเมษายน และการเผาเศษวัสดุทางการเกษตร เช่น ตอซังข้าว ไร่อ้อย การใช้ฟืนเป็นเชื้อเพลิงในครัวเรือน รวมทั้งผลกระทบจากการเผาของประเทศเพื่อนบ้านตามแนวชายแดน (สำนักงานสิ่งแวดล้อมและควบคุมมลพิษที่ 8, 2564) สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่ชายแดนจังหวัดราชบุรีกำลังเผชิญกับประเด็นสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้งานวิจัยพบว่ากลุ่มนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนต้น

เป็นวัยที่ได้รับผลกระทบจากมลพิษทางอากาศสูง ในขณะเดียวกันก็เป็นวัยที่มีศักยภาพในการพัฒนาความรู้และทักษะจากประสบการณ์รอบตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (นุชลี อุปภัย, 2556)

กระบวนการทางการศึกษาเป็นทางออกของการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชายแดน โดยสถาบันการศึกษามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความรู้และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน (อดิเรก ฟั่นเขียว และคณะ, 2557) แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 6 กำหนดให้การจัดการศึกษามุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณธรรม สามารถดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข ซึ่งในบริบทของหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน ประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมอยู่ในกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม สาระที่ 5 ภูมิศาสตร์ มาตรฐานการเรียนรู้ ส 5.2 มุ่งให้ผู้เรียนเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมและมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) ทั้งนี้มีงานวิจัยชี้ว่าสื่อและนวัตกรรมการเรียนรู้สามารถส่งเสริมการพัฒนาความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Polly et al., 2010; Wilson & Sy, 2021) โดยเฉพาะชุดกิจกรรมการเรียนรู้เป็นสื่อหนึ่งที่ผู้เรียนสามารถศึกษาและทบทวนความรู้ได้ตลอดเวลา ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง (วชิรา อยู่ศุข, 2566)

จากสถานการณ์และแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการรู้เท่าทันและการป้องกันปัญหา PM 2.5 สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนต้น เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันด้านความรู้และทักษะให้กับเยาวชนในพื้นที่เสี่ยง อันจะนำไปสู่การประยุกต์ใช้ความรู้ในชีวิตประจำวันและถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชน ซึ่งคาดว่าจะก่อให้เกิดผลเชิงบวกต่อการลดปัญหาสิ่งแวดล้อมในระยะยาวและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี ตามเกณฑ์ประสิทธิภาพ E1/E2
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี ที่มีต่อชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5

การทบทวนวรรณกรรม

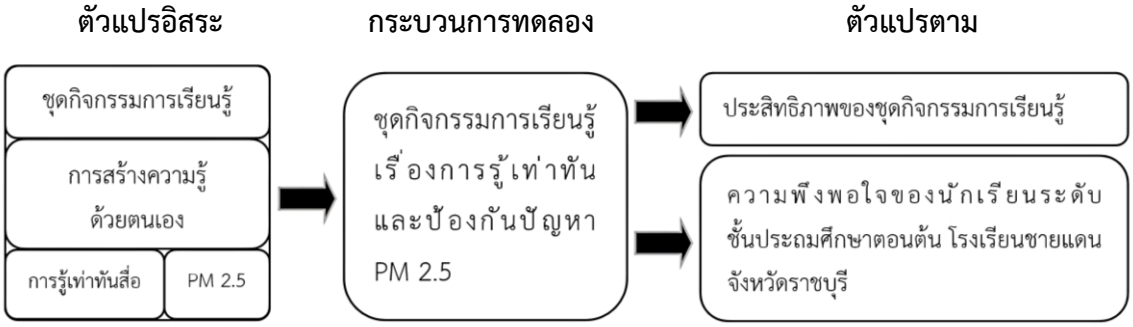
ผู้วิจัยสืบค้นเอกสาร บทความ และงานวิจัยต่าง ๆ ตามแนวคิดเกี่ยวกับชุดกิจกรรมการเรียนรู้ การสร้างความรู้ด้วยตนเอง การรู้เท่าทันสื่อ PM 2.5 และความพึงพอใจ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ของแนวคิด ประเด็น ตัวแปร และแหล่งอ้างอิง

แนวคิด	ประเด็น	ตัวแปร	แหล่งอ้างอิง
ชุดกิจกรรมการเรียนรู้	องค์ประกอบ	ประกอบด้วย ชื่อชุดกิจกรรม คำนำ สารบัญ คำชี้แจง จุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหาสาระการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ วัสดุอุปกรณ์และสื่อการเรียนรู้ แบบบันทึกกิจกรรม คำถามท้ายบทเรียน และบรรณานุกรม	น้ำฝน คูเจริญไพศาล และคณะ (2559) ณัฐธิดา ดวงแก้ว (2564) กมลวรรณ มิตรกระจ่าง (2565)
	การประเมินประสิทธิภาพ	ประเมินจากกระบวนการและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ตามเกณฑ์ประสิทธิภาพ E1/E2 เท่ากับ 80/80	ชัยยง พรหมวงศ์ (2556) จิณห์จุฑา ศิริเวชบุรี และคณะ (2562) เบญจรัตน์ ขุนศิริ และคณะ (2563)
การสร้างความรู้ด้วยตนเอง	ขั้นตอนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้	ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นนำ ขั้นทบทวนความรู้เดิม ขั้นปรับเปลี่ยนความคิด ขั้นนำไปใช้ และขั้นทบทวน	Driver & Bell (1986)
การรู้เท่าทันสื่อ	ระดับการรู้เท่าทัน	แบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ ระดับความตระหนัก ระดับความเข้าใจ ระดับการวิเคราะห์ และระดับการประเมิน	ชนิดา รอดหยู่ (2554)
PM 2.5	ความหมาย สาเหตุ และการป้องกัน	ฝุ่นละอองขนาดเล็กไม่เกิน 2.5 ไมครอน เกิดจากแหล่งกำเนิดธรรมชาติและ การกระทำของมนุษย์ แนวทางป้องกัน คือ ลดการเผา ลดปริมาณจราจร ศึกษาผลกระทบโครงการก่อสร้างต่าง ๆ และรู้จักป้องกันตัวเอง	ขนิษฐา ชัยรัตนาวรรณ และณัฐพศุตม์ ภัทธิราสินสิริ (2563)
ความพึงพอใจ	การวัดความพึงพอใจ	ประเมินจากแบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ บรรยากาศ และการนำไปใช้	บุญชม ศรีสะอาด (2560) จันทร์เพ็ญ ปัญญูโรจน์ (2563) พัชรินทร์ คัสเตศรี และลำไย สีหามาตย์ (2565)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเกี่ยวกับชุดกิจกรรมการเรียนรู้ การสร้างความรู้ด้วยตนเอง การรู้เท่าทันสื่อ และ PM 2.5 พัฒนาเป็นชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 ทดลองใช้เพื่อประเมินประสิทธิภาพและศึกษาความพึงพอใจของนักเรียน ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลองขั้นต้น (Pre-Experimental Research) แบบกลุ่มเดียววัดผลก่อนและหลังทดลองใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ (One-Group Pretest-Posttest Design) มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 อำเภอสวนผึ้ง 4 ตำบล ได้แก่ ตำบลสวนผึ้ง ตำบลตะนาวศรี ตำบลท่าเคย และตำบลป่าหวาย จำนวน 2,253 คน และอำเภอบ้านคา 3 ตำบล ได้แก่ ตำบลบ้านคา ตำบลบ้านบึง และตำบลหนองพันจันทร์ จำนวน 826 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 3,079 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1, 2567)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 จำนวน 343 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie & Morgan (1970) จากนั้นสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) เป็นตัวแทนนักเรียนของอำเภอสวนผึ้ง คละกัน 4 ตำบล จำนวน 196 คน และตัวแทนนักเรียนของอำเภอบ้านคา คละกัน 3 ตำบล จำนวน 147 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 เป็นรูปเล่มขนาด A4 ประกอบด้วย ประกอบด้วย หน้าปก คำนำ สารบัญ คำชี้แจง จุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหาสาระการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ วัสดุอุปกรณ์และสื่อการเรียนรู้ แบบบันทึกกิจกรรม แบบฝึกหัดท้ายบท บรรณานุกรม และเพลง ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ประเมินความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าเท่ากับ 1.00 ทุกรายการ

2.2 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 เป็นแบบทดสอบเลือกตอบ 3 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ ข้อละ 1 คะแนน ตรวจสอบคุณภาพโดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน

3 ท่าน ประเมินค่า IOC มีค่าเท่ากับ 0.67-1.00 จากนั้นวิเคราะห์คุณภาพ ด้วยค่าความยาก (p) มีค่าเท่ากับ 0.50-0.60 ค่าอำนาจจำแนก (r) มีค่าเท่ากับ 0.20-0.40 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ (Reliability) ตามสูตร KR-21 ของคูเดอร์ ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson) มีค่าเท่ากับ 0.75

2.3 แบบประเมินความพึงพอใจ เป็นแบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 10 ข้อ มีระดับการประเมิน 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตรวจสอบคุณภาพโดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ประเมินค่า IOC มีค่าเท่ากับ 1.00 ทุกรายการ และวิเคราะห์คุณภาพด้วยการหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.74

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน โดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยรังสิต เลขที่ COA. No. RSUERB2025-225 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.1 ขั้นก่อนการทดลอง ผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับงานวิจัยนี้ให้ผู้อำนวยการสถานศึกษาทราบ เพื่อขอดำเนินการวิจัยในชั่วโมงลดเวลาเรียนเพิ่มเวลารู้

3.2 ขั้นการทดลอง ผู้วิจัยให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ (Pretest) จากนั้นให้ทดลองใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยเป็นผู้อำนวยการเรียนรู้ เวลา 2 ชั่วโมง

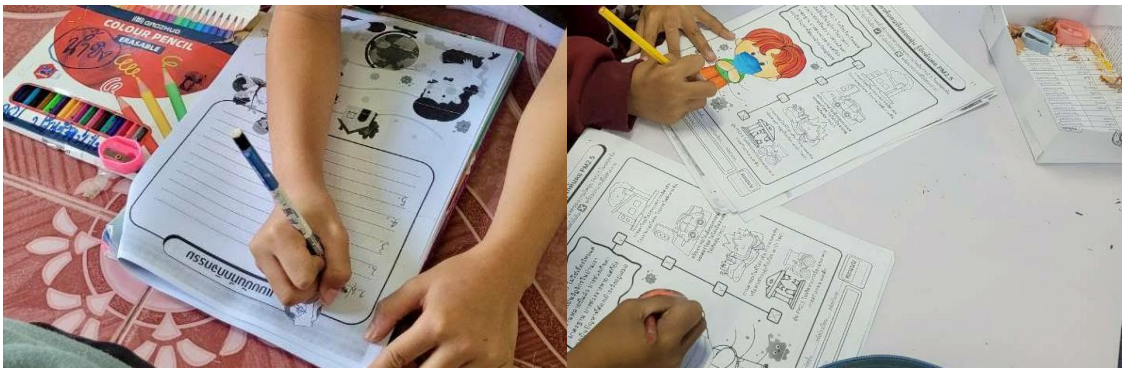
3.3 ขั้นหลังการทดลอง ผู้วิจัยให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ (Posttest) และแบบประเมินความพึงพอใจ จากนั้นผู้วิจัยประเมินคะแนนระหว่างการเรียนรู้จากชุดกิจกรรม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินประสิทธิภาพของชุดกิจกรรม โดยใช้สูตร E1/E2 ของชัยยง พรหมวงศ์ (2556) ร่วมกับวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังทดลองใช้ชุดกิจกรรมโดยการทดสอบค่าที ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อชุดกิจกรรมการเรียนรู้ ใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย หน้าปก คำนำ สารบัญ คำชี้แจง จุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหาสาระการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ วัสดุอุปกรณ์และสื่อการเรียนรู้ แบบบันทึกกิจกรรม แบบฝึกหัดท้ายบท บรรณานุกรม และเพลง สำหรับตัวอย่างการทดลองใช้ชุดกิจกรรมแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงการทดลองใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการเรียนรู้

รายการประเมิน	จำนวน (คน)	คะแนนเต็ม	Mean	S.D.	ร้อยละ
คะแนนระหว่างการเรียนรู้ (E1)	343	25	22.99	0.68	91.95
คะแนนหลังการเรียนรู้ (E2)	343	10	9.58	0.69	95.83

จากตารางที่ 2 ประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี ตามเกณฑ์ E1/E2 เท่ากับ 91.95/95.83 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 นอกจากนี้ผลการทดสอบค่าทีแสดงให้เห็นว่าคะแนนก่อนและหลังทดลองใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (t =20.69) ดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังทดลองใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้

คะแนนทดสอบ	จำนวน (คน)	คะแนนเต็ม	Mean	S.D.	t	df	Sig.
ก่อนทดลอง	343	10	7.89	1.72	20.69*	342	.000
หลังทดลอง	343	10	9.58	0.69			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี ที่มีต่อชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหาPM 2.5 แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อชุดกิจกรรมการเรียนรู้

รายการประเมิน	Mean	S.D.	ลำดับ	ความหมาย
ด้านบรรยากาศในการเรียนรู้				
1. นักเรียนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม	4.82	0.44	(2)	มากที่สุด
2. นักเรียนสนุกและมีความสุขในการทำกิจกรรม	4.80	0.44	(3)	มากที่สุด
รวม	**4.81**	**0.44**	**1**	**มากที่สุด**
ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้				
3. เนื้อหาในชุดกิจกรรมชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.76	0.51	(4)	มากที่สุด
4. รูปแบบของชุดกิจกรรมสวยงามและทันสมัย	4.63	0.61	(6)	มากที่สุด
5. กิจกรรมการเรียนรู้มีความหลากหลาย เหมาะสมกับนักเรียน ป.1-3	4.75	0.54	(5)	มากที่สุด
6. ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมเหมาะสม	4.63	0.61	(6)	มากที่สุด
รวม	**4.69**	**0.57**	**3**	**มากที่สุด**
ด้านประโยชน์ที่ได้รับ				
7. ชุดกิจกรรมนี้ช่วยให้นักเรียนได้รับความรู้เกี่ยวกับ PM 2.5	4.83	0.40	(1)	มากที่สุด
8. ชุดกิจกรรมนี้ช่วยให้นักเรียนรู้เท่าทันและสามารถป้องกัน PM 2.5 ได้	4.76	0.47	(4)	มากที่สุด
9. ชุดกิจกรรมนี้ช่วยให้นักเรียนตระหนักถึงอันตรายของ PM 2.5	4.75	0.46	(5)	มากที่สุด
10. นักเรียนมีความพึงพอใจต่อชุดกิจกรรมนี้โดยรวมระดับใด	4.83	0.37	(1)	มากที่สุด
รวม	**4.79**	**0.43**	**2**	**มากที่สุด**
รวมทุกด้าน	**4.75**	**0.50**	**-**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 4 ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อชุดกิจกรรมการเรียนรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.75, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ได้รับความพึงพอใจมากเป็นลำดับแรก คือ บรรยากาศในการเรียนรู้ ($\bar{X}$ = 4.81, S.D. = 0.44) รองลงมา คือ ประโยชน์ที่ได้รับ ($\bar{X}$ = 4.79, S.D. = 0.43) และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ($\bar{X}$ = 4.69, S.D. = 0.57) ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ ประกอบด้วย หน้าปก คำนำ สารบัญ คำชี้แจง จุดประสงค์การเรียนรู้ เนื้อหาสาระการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ วัสดุอุปกรณ์และสื่อการเรียนรู้ แบบบันทึกกิจกรรม แบบฝึกหัดท้ายบท บรรณานุกรม และเพลง ทั้งนี้เพราะผู้วิจัยพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเกี่ยวกับชุดกิจกรรมการเรียนรู้ การสร้างความรู้ด้วยตนเอง การรู้เท่า

ทันสื่อ PM 2.5 และความพึงพอใจ สอดคล้องกับน้ำฝน คูเจริญไพศาล และคณะ (2559) ศึกษาผลการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องมลพิษโดยใช้ปัญหาเป็นฐาน สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น พบว่า องค์ประกอบของชุดกิจกรรม ได้แก่ รูปเล่ม คำชี้แจง เนื้อหา ภาพประกอบ กิจกรรม สถานการณ์ปัญหา วัสดุและอุปกรณ์ แบบบันทึกกิจกรรม และคำถามท้ายบทเรียน ณัฐธิดา ดวงแก้ว (2564) ศึกษาผลของการพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะ ความเป็นพลเมืองตามวิถีประชาธิปไตย พบว่า ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ ประกอบด้วย คู่มือการใช้ชุดกิจกรรม คำชี้แจง ชื่อกิจกรรม จุดประสงค์การเรียนรู้ ความคิดรวบยอด เนื้อหาสาระการเรียนรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ วัสดุอุปกรณ์และสื่อการเรียนรู้ เวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ และการวัดและประเมินผล เช่นเดียวกับของกมลวรรณ มิตรกระจ่าง (2565) ศึกษาการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิทยาศาสตร์โดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์แบบรวมพลัง 5 ขั้นตอน เรื่อง โลกของสิ่งมีชีวิต สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 พบว่า ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ ประกอบด้วย ชื่อชุดกิจกรรม คำรับรอง คำนำ สารบัญ สารบัญภาพ ผังมโนทัศน์ คำแนะนำในการใช้ ชุดกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับนักเรียน จุดประสงค์การเรียนรู้ ระยะเวลาที่ใช้ แบบทดสอบก่อนเรียน กิจกรรม การเรียนรู้ ใบความรู้ แบบฝึกหัด แบบทดสอบหลังเรียน ภาคผนวก และบรรณานุกรม อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้มีองค์ประกอบของชุดกิจกรรมการเรียนรู้ที่แตกต่างไปจากงานวิจัยอื่น ๆ คือ เพลง โดยผู้วิจัยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์แต่งเนื้อร้องด้วยทำนองเพลง Happy Birthday และสร้างภาพเคลื่อนไหวด้วย Canva ซึ่งเพลงสามารถเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนได้ดี

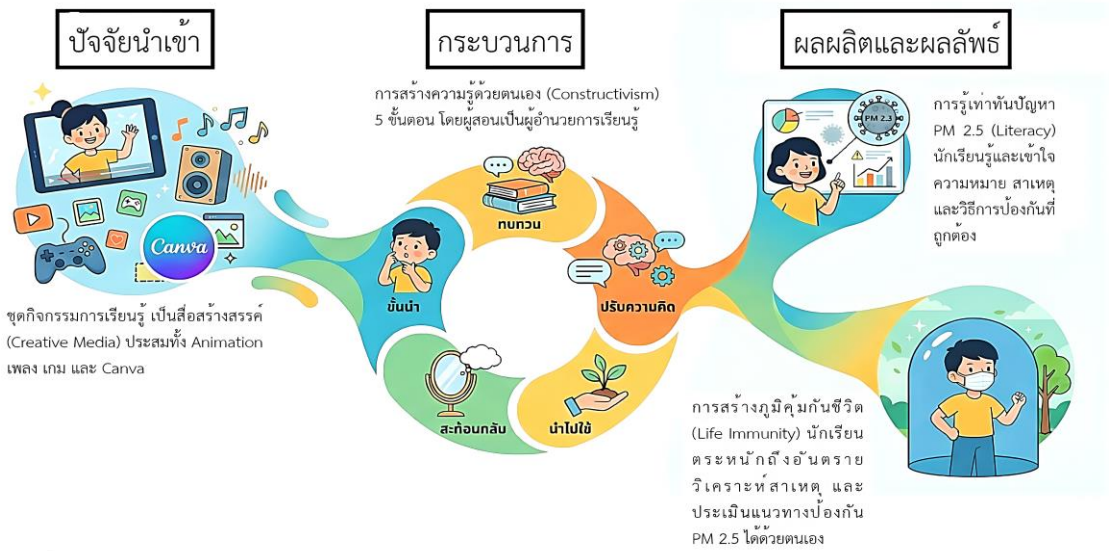
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ประสิทธิภาพของชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี ตามเกณฑ์ E1/E2 เท่ากับ 91.95/95.83 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 80/80 คะแนนก่อนและหลังทดลองใช้ชุดกิจกรรมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เพราะชุดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเป็นไปตามหลักการของชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2556) ที่ให้สร้างชุดการเรียนในรูปแบบของสื่อประสม โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสอนเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ผ่านกระบวนการวิเคราะห์หลักสูตร มาตรฐานการเรียนรู้ บริบทผู้เรียน และออกแบบวิธีการจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนสามารถสร้างความรู้ด้วยตนเองได้ สอดคล้องกับจิณห์จุฑา ศิริเวชบุรี และคณะ (2562) ศึกษาการพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนโดยประยุกต์ใช้กระบวนการเรียนรู้ปัญหาเป็นฐานเพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหา กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 พบว่า ชุดกิจกรรมการเรียนมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ E1/E2 เท่ากับ 82.33/82.89 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับเบญจรัตน์ ขุนศิริ และคณะ (2563) ศึกษาการพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง ประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ถิ่นวีรชนจังหวัดสิงห์บุรี กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 พบว่าชุดกิจกรรมการเรียนรู้มีประสิทธิภาพเท่ากับ 85.11/82.66 ความรู้ความเข้าใจหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี ที่มีต่อชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะชุดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนได้เป็นอย่างดี ดังผลการวิจัยที่ปรากฏว่าด้านที่ได้รับความพึงพอใจ

มากเป็นลำดับหนึ่ง คือ บรรยากาศในการเรียนรู้ สอดคล้องกับจันทร์เพ็ญ ปัญญโรจน์ (2563) ศึกษาผลการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ชุดภูมิภาคในประเทศไทย กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.57, S.D. = 0.09) เช่นเดียวกับพัชรินทร์ คัสเตศรี และลำไย สีหามาตย์ (2565) ศึกษาการพัฒนาชุดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเสริมสร้างทักษะชีวิต สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยพะเยา พบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อชุดกิจกรรม ภายหลังการใช้ชุดกิจกรรมทั้ง 7 กิจกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสังเคราะห์เป็นโมเดลการเรียนรู้เชิงระบบเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน PM 2.5 สำหรับนักเรียนประถมได้ดังนี้ 1) ปัจจัยนำเข้า คือ ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ เป็นสื่อสร้างสรรค์ (Creative Media) ผสมผสานทั้งสื่อ Animation เพลง เกม และ Canva 2) กระบวนการ คือ การสร้างความรู้ด้วยตนเอง (Constructivism) 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นนำ ขั้นทบทวน ขั้นปรับความคิด ขั้นนำไปใช้ และขั้นสะท้อนกลับ โดยผู้สอนเป็นผู้อำนวยการเรียนรู้ 3) ผลผลิตและผลลัพธ์ คือ การรู้เท่าทันปัญหา PM 2.5 (Literacy) นักเรียนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความหมาย สาเหตุ และวิธีการป้องกันที่ถูกต้อง และการสร้างภูมิคุ้มกันชีวิต (Life Immunity) ได้แก่ ตระหนักถึงอันตราย สามารถวิเคราะห์สาเหตุ และประเมินแนวทางป้องกัน PM 2.5 ได้ด้วยตนเอง ดังแสดงในแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 แสดงโมเดลการเรียนรู้เชิงระบบเพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน PM 2.5 สำหรับนักเรียนประถม

สรุป

ชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องการรู้เท่าทันและป้องกันปัญหา PM 2.5 สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชายแดนจังหวัดราชบุรี ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด สามารถใช้เป็นสื่อสร้างสรรค์ในการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ เสริมสร้างทักษะการวิเคราะห์ การประเมิน และช่วยส่งเสริมความตระหนักถึงปัญหา PM 2.5 ให้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 ได้ดี นอกจากนี้ยังช่วยให้บรรยากาศการเรียนรู้สนุกสนาน นักเรียนมีส่วนร่วมและมีความสุขในการเรียน ผู้สอนกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม จึงสามารถนำชุดกิจกรรมการเรียนรู้นี้ไปปรับใช้ประกอบการเรียนการสอนด้านสิ่งแวดล้อมได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทพื้นที่ที่กำลังเผชิญกับสถานการณ์ปัญหา PM 2.5 อย่างรุนแรง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า เพลง ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของชุดกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้สอนสามารถจัดทำคลิปวิดีโอแสดงตัวอย่างการร้องด้วย Canva หรือ Zoom หรือ Powerpoint บันทึกเป็นไฟล์หรือเผยแพร่ออนไลน์ เพื่อเปิดให้นักเรียนร้องตามได้อย่างถูกต้องและสนุกสนาน ทั้งนี้ผู้สอนควรจัดหาสภาพแวดล้อม รวมทั้งโสตทัศนูปกรณ์ที่มีความพร้อมรองรับการใช้งาน

1.2 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ชุดกิจกรรมการเรียนรู้มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ ดังนั้นผู้สอนสามารถนำไปใช้เป็นสื่อประกอบการเรียนการสอนด้านสิ่งแวดล้อมได้ เพื่อให้นักเรียนสร้างความรู้ด้วยตนเองตามสภาพจริง โดยผู้สอนทำหน้าที่ดูแล ช่วยเหลือ และสนับสนุนตลอดการเรียนรู้

1.3 ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า หลังจากทดลองใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ นักเรียนพึงพอใจต่อบรรยากาศการเรียนรู้มากที่สุด ดังนั้นผู้สอนต้องจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมและสามารถดำเนินกิจกรรมทุกขั้นตอนได้ครบถ้วน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาและพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ อาทิ ปัญหาขยะพลาสติก เป็นต้น เพื่อส่งเสริมให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนต้นมีส่วนร่วมในการจัดการและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ตรงกับสถานการณ์ปัจจุบัน

2.2 ควรมีการศึกษาการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้นี้กับผู้เรียนช่วงชั้นอื่น ๆ เพื่อขยายผลเกี่ยวกับการรู้เท่าทันปัญหาและเสริมสร้างภูมิคุ้มกันชีวิตให้กับผู้เรียนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม

เอกสารอ้างอิง

กมลวรรณ มิตรกระจ่าง. (2565). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิทยาศาสตร์โดยใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์แบบรวมพลัง 5 ขั้นตอน เรื่อง โลกของสิ่งมีชีวิต สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนประชาราษฎร์อุปถัมภ์วิทยา. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มทร.สุวรรณภูมิ, 6*(1), 67-81. https://ph03.tci-thaijo.org/index.php/JSciTech/article/view/321/284

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551.* คุรุสภาลาดพร้าว.

กฤษฎา กันติชล และณฐ อังศุวิริยะ. (2565). ปัญหาสิ่งแวดล้อม: การศึกษากลวิธีการใช้ภาษาจากพาดหัวข่าวออนไลน์. *วารสารปาริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ, 35*(4), 147-164. https://doi.org/10.55164/pactj.v35i4.252788

ขนิษฐา ชัยรัตนาวรรณ และณัฐพศุตม์ ภัทธิราสินสิริ. (2563). แหล่งกำเนิด ผลกระทบและแนวทางจัดการฝุ่นละออง PM 2.5 บริเวณภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย, 25*(1), 381-393. http://www.ar.or.th/ImageData/Magazine/30054/DL_20512.pdf?t=637764294216600503

จันทร์เพ็ญ ปัญญโรจน์. (2563). รายงานผลการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ ชุดภูมิภาคในประเทศไทยกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 10*(2), 137-150. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/244387/166606

จิณห์จุฑา ศิริเวชบุรี, สิริยุพิน ศุภ์ธนัชภัคชนา และปริญญา ทองสอน. (2562). การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียน โดยประยุกต์ใช้กระบวนการเรียนรู้ปัญหาเป็นฐานเพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหากลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5. *วารสารบัณฑิตศึกษา, 16*(72), 136-146. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/SNGSJ/article/view/90701/135023

ชนิดา รอดหยู่. (2554). การติดตามผลการบริการวิชาการ การรู้เท่าทันสื่อของเด็กในพื้นที่เทศบาลตำบลพรหมโลก อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วิชชา วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 30*(2), 55-62. https://li01.tci-thaijo.org/index.php/wichcha/article/view/101433/78630

ชัยยง พรหมวงศ์. (2556). การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอน. *วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย, 5*(1), 7-20. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sueduresearchjournal/article/view/28419/24439

ณัฐธิดา ดวงแก้ว. (2564). การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นพลเมืองตามวิถีประชาธิปไตย. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 32*(3), 117-131. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/edubuu/article/view/253600/170400

นุชลี อุปภัย. (2556). *จิตวิทยาการศึกษา.* จุฬาลงกรมหาวิทยาลัย.

น้ำฝน คูเจริญไพศาล, น้ำฝน บุตรเนียร, ณัฐติกา เจริญศิริ และวริษฐา สมเจริญ. (2559). ผลการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องมลพิษโดยใช้ปัญหาเป็นฐานสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 18*(4), 40-55. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/70953/57604

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่.* สุวีริยาสาส์น.

เบญจรัตน์ ขุนศิริ, ทรงศรี ตุ่นทอง และวิไล ทองแผ่. (2563). การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง ประวัติศาสตร์เมืองสิงห์ถิ่นวีรชนจังหวัดสิงห์บุรี กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. *วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ, 9*(2), 135-148. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JGNRU

/article/view/238052/164624

พัชรินทร์ คัสเตศรี และลำไย สีหามาตย์. (2565). การพัฒนาชุดกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเสริมสร้างทักษะชีวิตสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยพะเยา. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 33*(2), 183-197. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/edupsu/article /view/244092/174308

วชิรา อยู่ศุข. (2566). การพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการวิจัยในชั้นเรียนของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ, 5*(1), 41-53. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/265087/177511

สุทธิศักดิ์ เด่นดวงใจ, พงศ์เทพ วิวรรธนะเดช และวิโรจน์ เจียมจรัสรังษี. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างระดับฝุ่นละออง PM 2.5 รายวันในอากาศกับการมารับการรักษาด้วยโรคระบบการหายใจและระบบหัวใจและหลอดเลือด ณ โรงพยาบาลราชบุรี อ.เมือง จ.ราชบุรี. *เชียงใหม่เวชสาร, 60*(3), 345-361. https://he01.tci-thaijo.org/index.php/CMMJ-MedCMJ/article/view/247504

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1. (2567, *10 มิถุนายน*). *ข้อมูลสารสนเทศทางการศึกษาประจำปีการศึกษา 2567.* https://bigdata.ratchaburi1.go.th

สำนักงานสิ่งแวดล้อมและควบคุมมลพิษที่ 8. (2564, 22 พฤศจิกายน). *รายงานประจำปี 2563 สำนักงานสิ่งแวดล้อมภาคที่ 8.* กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. https://reo08.mnre.go.th/th/news/detail/76750

อดิเรก ฟั่นเขียว, ทวนทอง เชาวกีรติพงศ์ และปาจรีย์ ผลประเสริฐ. (2557). ยุทธศาสตร์การจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาในพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมาร์. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 16*(2), 59-69. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/17537/15668

Driver, R. and Bell, B. (1986). Students' Thinking and the Learning of Science: A Constructivist View. *The School Science Review, 67*(240), 443-456. https://eric.ed.gov/?id=EJ338119

Krejcie, R., and Morgan, D. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, *30*(3), 607-610. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/001316447003000308

Polly, D., Mims, C., Shepherd, E. and Inan, F. (2010). Evidence of Impact: Transforming Teacher Education with Preparing Tomorrow's Teacher to Teach with Technology (PT3) Grants. *Teaching and Teacher Education, 26*(4), 863-870. https://doi.org/10.1016/j.tate.2009.10.024

Wilson, K. and Sy, J. (2021). A Framework for Managing Innovation in Higher Education: Lesson Learnt from UAE iPad Initiative. *Learning and Teaching in Higher Education: Gulf Perspectives, 17*(1), 16-28. https://doi.org/10.1108/LTHE-08-2020-0013

การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

THE DEVELOPMENT OF SIXTH-GRADE STUDENTS' WRITTEN COMMUNICATION ABILITY AND CREATIVE THINKING SKILLS THROUGH CREATIVITY-BASED LEARNING WITH GAMIFICATION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

ถิรวุฒิ พลเยี่ยม* และดนิตา ดวงวิไล
Tirawut Polyeum and Dhanita Duangwilai
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Faculty of Education, Khon Kaen University
*Corresponding Author E-mail: tirawut.p@kkumail.com
Received March 5, 2026; **Revised** May 27, 2026; **Accepted** June 4, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยนักเรียนร้อยละ 100 ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 75 ขึ้นไป 2) พัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยนักเรียนร้อยละ 100 ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 75 ขึ้นไป กลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2568 โรงเรียนหนองบัวหน่วยอำนวยวิทย์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 5 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ จำนวน 3 วงจรปฏิบัติการ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แผนการจัดการเรียนรู้จำนวน 12 แผน แบบบันทึกผลการจัดการเรียนรู้ แบบสังเกตพฤติกรรมนักเรียน แบบทดสอบวัดความสามารถด้านการเขียนสื่อสาร และแบบทดสอบวัดทักษะการคิดสร้างสรรค์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) นักเรียนร้อยละ 100 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ มีความสามารถด้านการเขียนสื่อสารผ่านเกณฑ์ที่กำหนดร้อยละ 75 โดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 86.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 2) นักเรียนร้อยละ 100 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ มีทักษะการคิดสร้างสรรค์ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดร้อยละ 75 โดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 87.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ พบว่า นักเรียนมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้เพิ่มขึ้นทุกวงจรปฏิบัติการ สอดคล้องกับผลคะแนนเชิงปริมาณที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละวงจรปฏิบัติการ

คำสำคัญ: ความสามารถด้านการเขียนสื่อสาร, ทักษะการคิดสร้างสรรค์, การจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน, เกมิฟิเคชั่น, เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

Abstract

This article aimed to develop: 1) the written communication ability of Grade 6 students, with a target of 100 percent of students attaining a minimum score of 75.00 percent and 2) the creative thinking skills of Grade 6 students, with a target of 100 percent of students attaining a minimum score of 75.00 percent. The participants consisted of five Grade 6 students enrolled in the 2025 academic year at Nongbuanuai Amnuaywit School, Kalasin Province, selected through purposive sampling. This study employed an action research design comprising three action cycles. Data collection instruments included 12 lesson plans, learning outcome record forms, student behavior observation forms, a written communicative ability test, and a creative thinking skills test. Quantitative data were analyzed using mean, standard deviation, and percentage, while qualitative data were analyzed through content analysis. The results of the study revealed that: (1) all students (100 percent) who received instruction through the creativity-based learning model integrated with gamification and artificial intelligence technology achieved written communication ability scores that met the designated criterion of 75.00 percent, with a mean score of 86.00 percent, exceeding the established threshold and (2) all students (100 percent) demonstrated creative thinking skills that met the designated criterion of 75.00 percent, with a mean score of 87.00 percent, also surpassing the established threshold. Qualitative analysis further indicated that students exhibited progressively increasing levels of learning engagement across all three action cycles, which was consistent with the continuous improvement observed in quantitative scores throughout each successive cycle.

Keywords: written communication ability, creative thinking skills, Creativity-Based Learning (CBL), gamification, artificial intelligence

บทนำ

การศึกษาเป็นกระบวนการแห่งความเจริญงอกงามภายในตัวของบุคคล การจัดการศึกษาจึงนับว่าสิ่งที่ช่วยพัฒนาคนในชาติให้มีความรู้และความสามารถที่แข่งขันกับนานาอารยประเทศได้ ซึ่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ได้กำหนดเป้าหมายการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ คือ การส่งเสริมผู้เรียนตามความถนัดผ่านประสบการณ์จริง เพื่อพัฒนาทักษะการคิด การแก้ปัญหา และการลงมือปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2567) กระทรวงศึกษาธิการตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของภาษาไทยในฐานะที่เป็นภาษาหลักในการติดต่อสื่อสารระหว่างคนไทยด้วยกัน จึงได้กำหนดให้รายวิชาภาษาไทยเป็นรายวิชาบังคับและต้องสอบผ่านตามเกณฑ์การวัดประเมินผล โดยหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย ได้กำหนดสาระการเรียนรู้ไว้ทั้งหมด 5 สาระ ประกอบด้วย สาระที่ 1 การอ่าน สาระที่ 2 การเขียน สาระที่ 3 การฟัง การดู และการพูด สาระที่ 4 หลักการใช้ภาษาไทย สาระที่

5 วรรณคดีและวรรณกรรม (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551) ซึ่งสาระที่ 2 การเขียน นับว่าเป็นอีกหนึ่งสาระที่มีความสำคัญและจำเป็น เนื่องด้วยการเขียนเป็นวิธีการสื่อสารสำคัญที่ช่วยถ่ายทอดความรู้ความคิด ประสบการณ์ ความต้องการต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบถึงความรู้และนำมาปรับประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาสังคมต่อไป (วรวรรธน์ ศรียาภัย, 2557) ทักษะการเขียนจึงนับว่าเป็นทักษะการสื่อสารที่จำเป็นจะต้องเรียนรู้และฝึกฝนให้เกิดความชำนาญ เพื่อให้สอดคล้องกับทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 นอกจากนี้ความสำคัญของการจัดการศึกษาเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายการศึกษาในโลกยุคปัจจุบัน กระทรวงศึกษาธิการเห็นความสำคัญของการพัฒนาผู้เรียนให้เกิดทักษะที่จะมุ่งสู่การเกิดสมรรถนะที่จำเป็น จึงได้จัดทำ (ร่าง) กรอบหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่ประกอบด้วยสมรรถนะหลัก 6 ด้าน คือ การจัดการตนเอง การคิดขั้นสูง การสื่อสาร การรวมพลังทำงานเป็นทีม การเป็นพลเมืองที่เข้มแข็ง และการอยู่ร่วมกับธรรมชาติและวิทยาการอย่างยั่งยืน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2565) โดยทักษะการคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) เป็นหนึ่งทักษะที่จัดอยู่ในสมรรถนะการคิดขั้นสูง (Higher Order Thinking: HOT) ถือเป็นทักษะที่มีความสำคัญเพราะจะช่วยแก้ปัญหาที่ซับซ้อนและสร้างทางเลือกใหม่ ดังนั้นการส่งเสริมผู้เรียนให้เกิดทักษะการคิดสร้างสรรค์ในการจัดการเรียนรู้ในรายวิชาภาษาไทยจึงมีความสำคัญ เพราะช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการคิด ค้นพบวิธีการหรือแนวทางการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน รวมทั้งสามารถค้นหาวิธีการแก้ปัญหาแบบใหม่ที่ช่วยสร้างทางเลือกและคุณค่าให้กับตนเองและสังคม

จากการสอนในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนหนองบัวหน่วยอำนวยวิทย์ ผู้วิจัยพบว่านักเรียนจำนวนมากยังขาดทักษะการเขียนสื่อสาร ไม่สามารถเขียนเพื่อสื่อสารให้ผู้รับสารเข้าใจถึงจุดประสงค์และเจตนาได้ตั้งแต่ระดับประโยคไปจนถึงการเขียนเรื่อง ซึ่งสะท้อนได้จากผลการทดสอบระดับชาติ (O-NET) ของโรงเรียนตั้งแต่ปีการศึกษา 2564 ถึง 2566 ที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่าระดับประเทศ และเมื่อพิจารณาแยกในสาระการเขียน ยังพบว่านักเรียนมีคะแนนเฉลี่ยที่ต่ำเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ การสังเกตและการวัดประเมินผลการเรียนรู้ในหน่วยการเรียนรู้ เรื่อง การเขียนสื่อสาร พบว่านักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ต่ำกว่าเป้าหมายและขาดความกระตือรือร้นในการสร้างผลงานการเขียน ซึ่งนับเป็นปัญหาสำคัญที่จะต้องหาแนวทางการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมมาใช้ เพื่อพัฒนานักเรียนให้เกิดความรู้และทักษะที่จำเป็น รวมถึงการพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ที่จะช่วยให้นักเรียนสร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่ น่าสนใจ แก้ปัญหาในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม และช่วยให้นักเรียนเป็นผู้ที่มีทักษะในศตวรรษที่ 21 สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมโลกได้อย่างมีความสุข

จากปัญหาที่เกิดขึ้นผู้วิจัยจึงพยายามหาวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าว พบว่า การจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานเป็นวิธีการสอนรูปแบบหนึ่งที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและช่วยส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในตัวของผู้เรียน ประกอบด้วยขั้นตอนในการจัดการเรียนรู้ทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 กระตุ้นความสนใจ ขั้นที่ 2 ตั้งปัญหาและแบ่งกลุ่มตามความสนใจ ขั้นที่ 3 ค้นคว้าและคิด ขั้นที่ 4 นำเสนอ และขั้นที่ 5 ประเมินผล (วิริยะ ฤๅชัยพาณิชย์, 2558) ซึ่งผู้วิจัยเล็งเห็นว่า การสอนด้วยรูปแบบสร้างสรรค์เป็นฐานที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ทำให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการคิด การแก้ปัญหาในชีวิต เกิดความคิดสร้างสรรค์ ที่ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข นอกจากนี้ผลจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบัน ผู้เรียนสามารถเข้าถึงเครื่องมือสื่อสารและเทคโนโลยีต่าง ๆ การเล่นเกมและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์จึงเข้ามามีบทบาทในการจัดการเรียนการสอนและการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน ซึ่งการนำแนวคิดการออกแบบเกมมา

ประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนรู้หรือเกมิฟิเคชั่น (Gamification) โดยใช้กลไกของเกมมาสร้างแรงจูงใจในการเรียน ร่วมกับการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ต่าง ๆ ได้แก่ ChatGPT Gemini และ Suno ที่มีบทบาทสำคัญและเป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนรู้ยุคใหม่ที่น่าสนใจและควรนำไปใช้ในชั้นเรียนเพื่อพัฒนาทักษะที่จะเป็นต่อการดำรงชีวิตของผู้เรียนในยุคปัจจุบัน

จากปัญหาและความสำคัญดังที่กล่าว ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับแนวคิดเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ เป็นรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ซึ่งมีความสอดคล้องและตอบสนองต่อการศึกษาในยุคใหม่ ช่วยพัฒนาผู้เรียนให้เกิดความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ ผู้เรียนเกิดกระบวนการสร้างความรู้และค้นคว้าด้วยตนเอง เกิดความสนุกสนาน ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเพื่อนคนอื่นในชั้นเรียน ส่งเสริมและพัฒนาความสามารถการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ อันเป็นสมรรถนะสำคัญที่จะทำให้ผู้เรียนสามารถใช้ชีวิตในการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างมีความสุข สอดคล้องกับนโยบายการศึกษาของชาติ และเป้าหมายการจัดการเรียนการสอนของกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยการจัดการเรียนรู้รูปแบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ โดยมีจำนวนนักเรียนร้อยละ 100 ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 75 ขึ้นไป

2. เพื่อพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยการจัดการเรียนรู้รูปแบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ โดยมีจำนวนนักเรียนร้อยละ 100 ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 75 ขึ้นไป

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐาน ซึ่งเป็นการสอนแบบ Active Learning โดยครูทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะต่าง ๆ เป็นรูปแบบการสอนที่เน้นพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียน สรุปเป็นขั้นตอนของการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานได้ 5 ขั้นตอน ได้แก่ ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1) กระตุ้นความสนใจ ขั้นตอนที่ 2) ตั้งปัญหาและแบ่งกลุ่มตามความสนใจ ขั้นตอนที่ 3) ค้นคว้าและคิด ขั้นตอนที่ 4) นำเสนอ และขั้นตอนที่ 5) ประเมินผล (วิริยะ ฤๅชัยพานิชย์, 2558) ซึ่งการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานช่วยพัฒนานักเรียนให้เกิดทักษะและความคิดสร้างสรรค์ได้ (ประสิตา มานิมนต์ และดนิตา ดวงวิไล, 2568) เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ให้กับนักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษา

2. แนวคิดเกี่ยวกับเกมิฟิเคชั่นกับการจัดการเรียนรู้ จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับเกมิฟิเคชั่น พบว่า องค์ประกอบของเกมิฟิเคชั่นตามแนวคิดของ Iosup and Epema (2014)

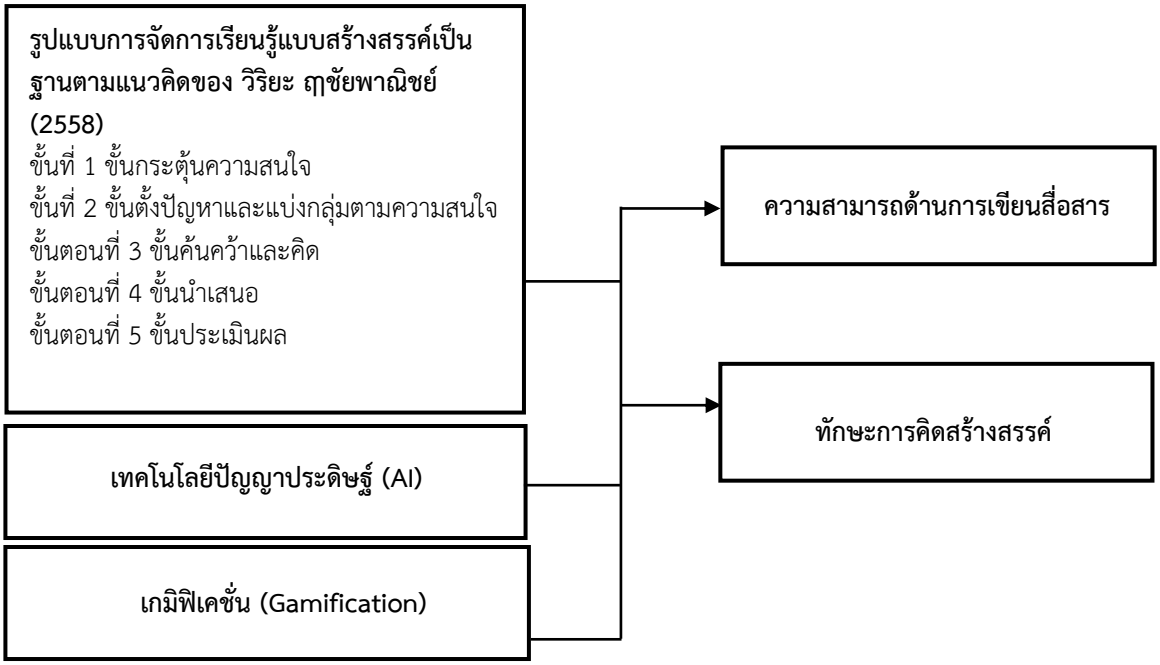
ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 กลไกของเกม มีส่วนประกอบย่อยคือ ระบบแต้มคะแนน (Point) ระดับ (Levels) และกระดานผู้นำ (Leaderboards) และองค์ประกอบที่ 2 พลศาสตร์ของเกม มีส่วนประกอบย่อย คือ เหรียญตราและการแสดงสถานะอื่น (Status Displays) การสร้างความคุ้นเคย (Onboarding) วงจรส่วนร่วมทางสังคม (Social Engagement Loops) และการปลดล็อคเนื้อหา (Unlocking Content) ซึ่งทั้ง 2 องค์ประกอบจะช่วยให้การนำเทคนิคเกมิฟิเคชั่นมาใช้ในการจัดการเรียนรู้เกิดประสิทธิภาพเป็นอย่างดี หากสามารถจัดองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยให้ครบได้ จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันและแรงกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้

3. แนวคิดเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์กับการจัดการเรียนรู้ จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์กับการจัดการเรียนรู้ พบว่า การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์หน้าที่ของครูผู้สอนที่จะประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในห้องเรียน เพื่อช่วยสนับสนุนกิจกรรมการเรียนรู้ การส่งเสริมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในชั้นเรียนเพื่อประโยชน์ต่อการเรียนรู้ หากผู้สอนสามารถทำงานร่วมกับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ได้ จะช่วยพัฒนาผู้เรียนพัฒนาทักษะการคิดและสามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลา (วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒผล, 2562) ซึ่งการนำปัญญาประดิษฐ์มาช่วยในการจัดการเรียนรู้จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้เรียนได้จากความแปลกใหม่และทันต่อการศึกษาในยุคปัจจุบัน

สรุปได้ว่า การจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ เป็นการจัดการเรียนรู้แบบเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มุ่งให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการคิด การค้นคว้าหาคำตอบด้วยตนเอง เกิดการแก้ปัญหาและพัฒนาสิ่งใหม่ จึงมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนได้ ซึ่งการพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ มีความสำคัญต่อผู้เรียนในโลกศตวรรษที่ 21 เพราะเป็นสิ่งสำคัญนำไปสู่การถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ตลอดจนช่วยพัฒนาสติปัญญาจนเกิดเป็นการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ อันจะช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิต

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในการศึกษาการพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยใช้แนวคิดของ Kemmis and McTaggart (1992) มาเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามวงจรปฏิบัติการ PAOR ซึ่งมีกระบวนการหลักอยู่ 4 ขั้นตอน คือขั้นวางแผน (Plan) ขั้นปฏิบัติ (Act) ขั้นสังเกต (Observe) และขั้นสะท้อนผล (Reflect) แบ่งเป็น 3 วงจรปฏิบัติการ

1. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 โรงเรียนหนองบัวหน่วยอำนวยวิทย์ อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 จำนวน 5 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (บริบทสถานศึกษาขนาดเล็ก)

1.2 ตัวแปรในการวิจัย ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ รูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ 1) ความสามารถด้านการเขียนสื่อสาร และ 2) ทักษะการคิดสร้างสรรค์

1.3 เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย เนื้อหาตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 กลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทย สาระที่ 2 การเขียน มาตรฐาน ท 2.1 การเขียนตัวชี้วัดที่ ท 2.1 ป.6/2 เขียนสื่อสารโดยใช้คำได้ถูกต้องชัดเจนและเหมาะสม และ ท 2.1 ป.6/8 เขียนเรื่องตามจินตนาการและสร้างสรรค์ รายวิชาภาษาไทย ท16101 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 12 ชั่วโมง

1.4 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ดำเนินการวิจัยในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือทั้งหมด 3 ประเภท ดังนี้

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการทดลองเชิงปฏิบัติการ คือ แผนการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ จำนวน 3 วงจรปฏิบัติการ วงจรปฏิบัติการละ 4 แผนรวม 12 ชั่วโมง โดยผลการประเมินความเหมาะสมของแผนการจัดการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 ซึ่งอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการสะท้อนผลการปฏิบัติการ ได้แก่ (1) แบบบันทึกผลการจัดการเรียนรู้ (2) แบบสังเกตพฤติกรรมนักเรียน (3) แบบประเมินความสามารถด้านการเขียนสื่อสารท้ายวงจรปฏิบัติการ ซึ่งเป็นข้อสอบแบบอัตนัย มีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC อยู่ระหว่าง 0.80 - 1.00 ค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.41 - 0.70 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.58 - 0.80 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87 (4) แบบประเมินทักษะการคิดสร้างสรรค์ท้ายวงจรปฏิบัติการ โดยวัดจากการสร้างสรรค์ผลงานของนักเรียนรายบุคคล ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบริกส์ (Scoring Rubrics)

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการวิจัย ได้แก่ (1) แบบทดสอบวัดความสามารถด้านการเขียนสื่อสาร มีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC เท่ากับ 0.60 - 1.00 ค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.28 - 0.84 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.29 - 0.86 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.80 (2) แบบทดสอบวัดทักษะการคิดสร้างสรรค์ มีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC เท่ากับ 0.80 - 1.00 ค่าความยากง่าย (P) อยู่ระหว่าง 0.31 - 0.54 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.50 - 0.71 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.79

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแผนการจัดการเรียนรู้จำนวน 12 แผน 12 ชั่วโมง แบ่งออกเป็น 3 วงจรปฏิบัติการ วงจรปฏิบัติการละ 4 ชั่วโมง

3.2 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแผนการจัดการเรียนรู้ทั้ง 12 แผน ด้วยเครื่องมือที่สร้างขึ้น โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้จากเครื่องมือสะท้อนผลการปฏิบัติการ ได้แก่ แบบบันทึกผลการจัดการเรียนรู้ แบบสังเกตพฤติกรรมนักเรียน แบบทดสอบวัดความสามารถด้านการเขียนสื่อสารท้ายวงจรปฏิบัติการที่ 1-3 และแบบประเมินทักษะการคิดสร้างสรรค์ท้ายวงจรที่ 1-3 นำข้อมูลมาวิเคราะห์ ปรับปรุงแก้ไขเพื่อใช้ดำเนินการวิจัยในวงจรปฏิบัติการต่อไป

3.3 ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบวัดความสามารถด้านการเขียนสื่อสาร และทดสอบวัดทักษะการคิดสร้างสรรค์ หลังสิ้นสุดกิจกรรมจากเครื่องมือที่ใช้ประเมินผลการวิจัย

3.4 เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึกผลการจัดการเรียนรู้และแบบสังเกตพฤติกรรมนักเรียน นำมาสะท้อนผล วิเคราะห์ และอภิปรายผลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากสิ้นสุดการปฏิบัติการวิจัย โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังนี้

4.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ผลการพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์

เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ 1) ความสามารถด้านการเขียนสื่อสาร 2) ทักษะการคิดสร้างสรรค์ โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถและแบบทดสอบวัดทักษะ หลังเสร็จสิ้นทุกวงจรปฏิบัติการ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ เทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยนักเรียนร้อยละ 100.00 ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 75 ขึ้นไป

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการเก็บข้อมูลเรียบเรียง และวิเคราะห์เนื้อหาจากการบันทึกผลการจัดการเรียนรู้ สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน โดยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลจากในกระบวนการศึกษาผลการเรียนรู้ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ สรุปและพรรณนาวิเคราะห์เพื่อเป็นแนวทางในการนำรูปแบบการจัดการเรียนรู้ไปใช้และพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ในอนาคต

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอใน 2 ประเด็นตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า ผลการพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการปฏิบัติตามกิจกรรมการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ทั้ง 3 วงจร โดยในวงจรปฏิบัติการที่ 1 มีผลการประเมินความสามารถด้านการเขียนสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 70.00 วงจรปฏิบัติการที่ 2 มีผลการประเมินความสามารถด้านการเขียนสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 80.00 และวงจรปฏิบัติการที่ 3 มีผลการประเมินความสามารถด้านการเขียนสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 86.00 เมื่อสิ้นสุด 3 วงจรปฏิบัติการแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบนักเรียนหลังสิ้นสุดกิจกรรม โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถด้านการเขียนสื่อสาร โดยเป็นข้อสอบปรนัย จำนวน 10 ข้อ และข้อสอบอัตนัย เรื่อง การเขียนเรื่องตามจินตนาการ จำนวน 1 ข้อ ซึ่งกำหนดเกณฑ์ไว้ดังนี้ คือ นักเรียนร้อยละ 100.00 ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 75.00 ขึ้นไป โดยแสดงผลการวิเคราะห์จากผลการทดสอบหลังสิ้นสุดกิจกรรมการเรียนรู้ ปรากฏดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสาร จากการทดสอบหลังสิ้นสุดกิจกรรม

จำนวนนักเรียน	คะแนน				จำนวนนักเรียนที่ผ่านเกณฑ์		จำนวนนักเรียนที่ไม่ผ่านเกณฑ์	
	เต็ม	เฉลี่ย	S.D.	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5	30	25.80	1.94	86.00	5	100.00	-	-

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบหลังสิ้นสุดกิจกรรมการเรียนรู้มีเกณฑ์กำหนดให้นักเรียนร้อยละ 100.00 ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 75.00 ขึ้นไป พบว่า การทดสอบนักเรียนหลังสิ้นสุดกิจกรรม โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถด้านการเขียนสื่อสารของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นนักเรียนกลุ่มเป้าหมายนั้น มีนักเรียนที่มีผลการทดสอบผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ร้อยละ 75.00 ขึ้นไป จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 100.00 มีผลคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 25.80 คิดเป็นร้อยละ

86.00 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความสามารถด้านการเขียนสื่อสารของนักเรียนมีการพัฒนาเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ผลการพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ผู้วิจัยดำเนินการปฏิบัติตามกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ทั้ง 3 วงจร โดยวงจรปฏิบัติการที่ 1 มีผลการประเมินทักษะการคิดสร้างสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 71.25 วงจรปฏิบัติการที่ 2 มีผลการประเมินทักษะการคิดสร้างสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 80.00 และวงจรปฏิบัติการที่ 3 มีผลการประเมินทักษะการคิดสร้างสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 85.00 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการทดสอบนักเรียนหลังสิ้นสุดกิจกรรม เป็นข้อสอบอัตนัยแบบเขียนตอบ จำนวน 4 ข้อ แยกวัดรายข้อตามองค์ประกอบของการคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ ความคิดริเริ่ม ความคิดคล่องแคล่ว ความคิดยืดหยุ่น และความคิดละเอียดลออ ซึ่งกำหนดเกณฑ์ไว้ คือ นักเรียนร้อยละ 100.00 ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 75.00 ขึ้นไป โดยแสดงผลการวิเคราะห์จากผลการทดสอบหลังสิ้นสุดกิจกรรมการเรียนรู้ ปรากฏดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ หลังสิ้นสุดกิจกรรม

ผลการวิเคราะห์	องค์ประกอบทักษะการคิดสร้างสรรค์				รวม (20)
	ความคิดริเริ่ม (5)	ความคิดคล่องแคล่ว (5)	ความคิดยืดหยุ่น (5)	ความคิดละเอียดลออ (5)	
ค่าเฉลี่ย	4.40	4.40	4.20	4.40	17.40
S.D.	0.80	0.49	0.40	0.49	1.36
ร้อยละ	88.00	88.00	84.00	88.00	87.00
แปลผล	นักเรียนทั้งหมด 5 คน	นักเรียนที่ผ่านเกณฑ์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00			
		นักเรียนที่ไม่ผ่านเกณฑ์ จำนวน - คน คิดเป็นร้อยละ -			

จากตารางที่ 2 ผลการพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์จากการประเมินหลังสิ้นสุดกิจกรรมการเรียนรู้ นักเรียนที่ได้รับการกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ โดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ มีผลคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 17.40 คิดเป็นร้อยละ 87.00 จากคะแนนเต็ม 20 คะแนนและเมื่อพิจารณานักเรียนเป็นรายบุคคล มีนักเรียนที่มีผลการประเมินทักษะคิดสร้างสรรค์ ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ร้อยละ 75.00 ขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนมีการพัฒนาเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผลการพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่น

และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ นักเรียนมีคะแนนเพิ่มขึ้นทั้ง 3 วงจรปฏิบัติการ และการทดสอบนักเรียนโดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถด้านการเขียนสื่อสาร พบว่า มีนักเรียนที่มีผลการทดสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ร้อยละ 75.00 ขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมด และนักเรียนมีผลคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 25.80 คิดเป็นร้อยละ 86.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด สะท้อนให้เห็นว่า นักเรียนทุกคนสามารถเขียนสื่อสารได้ เข้าใจหลักการเขียนสื่อสาร สามารถถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดของตนเองให้กับผู้รับสารได้รับรู้และเข้าใจตรงตามวัตถุประสงค์ มีความคิดสร้างสรรค์ที่จะสร้างผลงานการเขียนที่ดีและมีคุณค่าต่อตนเอง และจากการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ในชั้นเรียนจะพบว่าขณะจัดการเรียนรู้ เมื่อนักเรียนเกิดความคุ้นเคยกับรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานแล้ว นักเรียนสนใจในการทำกิจกรรมในขั้นตอนต่าง ๆ มากขึ้น พยายามคิดและพยายามออกแบบสร้างสรรค์ผลงานของตนเอง กลไกเกมิฟิเคชั่นและสื่อเทคโนโลยีปัญญาปัญญาประดิษฐ์ช่วยกระตุ้นผู้เรียนได้เป็นอย่างดีเมื่อนำมาประกอบในขั้นตอนของรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานและในขั้นตอนการประเมินผล เมื่อใช้รูปแบบการประเมินผลที่หลากหลาย ทำให้นักเรียนได้เรียนรู้และสร้างสรรค์ผลงานการเขียนที่ดีขึ้นตามลำดับ สะท้อนว่าผลการพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารของนักเรียนนั้น เกิดจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้รูปแบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ที่สอดคล้องกับกระบวนการจัดการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล ปรับบทบาทครูจากผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ เน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกการวิเคราะห์และพยายามแก้ไขปัญหา เน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ ค้นคว้าหาความรู้ และฝึกฝนการคิดของตนเอง โดยครูทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกให้เกิดการเรียนรู้ ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ พร้อมนำเสนอแนวคิดและแนวทางการแก้ไขปัญหา ได้เห็นข้อควรปรับปรุง เพื่อนำไปพัฒนาชิ้นงานของตนเองให้ดียิ่งขึ้น (วิริยะ ฤๅชัยพาณิชย์, 2558) ประกอบกับการนำกลไกเกมิฟิเคชั่นเข้ามาช่วยกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นในการเรียน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน เกิดความสนุกสนาน และช่วยเหลือเพื่อนคนอื่นสามารถจูงใจให้ผู้เรียนทำคะแนนได้ดี รวมทั้งสื่อประกอบการเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่นำมาประยุกต์ใช้สำหรับการจัดการเรียนรู้ในการผลิตสื่อ ภาพประกอบหรือเพลงประกอบที่สามารถช่วยดึงดูดและกระตุ้นผู้เรียนให้เกิดความสนใจ เกิดการคิด การแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนเกิดความสนใจและเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของชุติมา เวฬุมาศ และกาญจนา วิชญาปกรณ์ (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถการเขียนสื่อสารของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้เทคนิคความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกม ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความสามารถทางการเขียนสื่อสารหลังการจัดการเรียนรู้สูงกว่าก่อนการจัดการเรียนรู้ และนักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับงานวิจัยของ สุธิมา ไพราม และดนิตา ดวงวิไล (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนเชิงสร้างสรรค์และสมรรถนะการเขียนสื่อสารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้แนวคิดสร้างสรรค์เป็นฐาน ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความสามารถด้านการเขียนเชิงสร้างสรรค์สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และนักเรียนมีสมรรถนะการเขียนสื่อสารสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผลการพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการปฏิบัติกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ด้วยรูปแบบ

การจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ครบทั้ง 3 วงจรปฏิบัติการแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบนักเรียนโดยใช้แบบทดสอบวัดทักษะการคิดสร้างสรรค์ พบว่า มีนักเรียนที่มีผลการทดสอบผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ร้อยละ 75.00 ขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของจำนวนนักเรียนทั้งหมด และนักเรียนมีผลคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 17.40 คิดเป็นร้อยละ 87.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด สะท้อนว่าผลการทดสอบเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทำให้เห็นว่านักเรียนมีทักษะการคิดสร้างสรรค์ตามองค์ประกอบทักษะการคิดสร้างสรรค์ของ Guilford (1967) ได้แก่ 1) ความคิดริเริ่ม (Originality) 2) ความคิดคล่องแคล่ว (Fluency) 3) ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) และ 4) ความคิดละเอียดลออ (Elaboration) สอดคล้องกับกระบวนการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่มีความเหมาะสมกับช่วงวัยของผู้เรียน ตั้งแต่ขั้นกระตุ้นความสนใจ ขั้นตอนการตั้งปัญหาและแบ่งกลุ่มตามความสนใจ ขั้นตอนการค้นคว้าและคิด ได้ลองแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับครูและเพื่อนในชั้นเรียนผ่านขั้นตอนการนำเสนอผลงานและขั้นประเมินผลงาน ได้ลองประเมินผลงานของตนเองและของเพื่อนคนอื่น ได้ฝึกฝนการรับฟังความคิดเห็นและการแสดงความคิดเห็นกับเพื่อนและครู ต่อยอดสู่การสร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์ และทราบข้อปรับปรุงที่จะนำไปปรับปรุงสิ่งที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายให้ดีขึ้น ประกอบกับการใช้กลไกเกมิฟิเคชั่นที่ช่วยส่งเสริมความอยากในการเรียนรู้ ร่วมกับสื่อการเรียนรู้จากเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ที่เข้ามาช่วยในขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ จนทำให้เกิดการพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญพิชชา วัลไพจิตร และสุดคนึง นฤพนธ์จิรกุล (2567) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และทักษะการนำเสนอโดยใช้การเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับกระดาน Moodboard สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก และความคิดสร้างสรรค์รวมทั้งทักษะการนำเสนอของนักเรียนสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ประสิตา มานิมนต์ และดนิตา ดวงวิไล (2568) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนเชิงสร้างสรรค์และสมรรถนะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนมีความสามารถในการเขียนเชิงสร้างสรรค์คิดเป็นร้อยละ 81.53 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และนักเรียนมีสมรรถนะการคิดสร้างสรรค์ในระดับสามารถคิดเป็นร้อยละ 88.10 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ได้องค์ความรู้ใหม่คือ รูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ดังแผนภาพที่ 2 ต่อไปนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงกระบวนการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ สามารถพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ ซึ่งผู้เรียนเกิดการค้นคว้า คิด แก้ปัญหา สร้างความรู้ ประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะที่เกิดขึ้นในชั้นเรียนสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ปรับปรุง พัฒนา ต่อยอดองค์ความรู้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

สรุป

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยรูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) นักเรียนร้อยละ 100 มีความสามารถด้านการเขียนสื่อสารผ่านเกณฑ์ที่กำหนดร้อยละ 75 โดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 86.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 2) นักเรียนร้อยละ 100 มีทักษะการคิดสร้างสรรค์ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดร้อยละ 75 โดยมีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 87.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งสะท้อนว่า รูปแบบการจัดการเรียนรู้สร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สามารถพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนให้สูงขึ้น ส่งเสริมให้นักเรียนเกิดทักษะการสื่อสารที่จำเป็นและพัฒนากระบวนการคิดสร้างสรรค์ที่จะช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผลการวิจัยการจัดการเรียนรู้ด้วยด้วยการจัดการเรียนรู้รูปแบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ช่วยพัฒนาความสามารถด้านการเขียนสื่อสารและทักษะการคิดสร้างสรรค์ได้ดี เป็นแนวทางที่ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้ภาษาไทยและกลุ่มสาระอื่นสามารถนำแนวคิด วิธีการจัดการเรียนรู้ไปปรับใช้ในกิจกรรมการเรียนรู้ได้เพื่อพัฒนาทักษะของนักเรียน

1.2 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ครูควรประยุกต์ใช้เครื่องมือปัญญาประดิษฐ์ที่แปลกใหม่และหลากหลาย จะช่วยทำให้ผู้เรียนเกิดความตื่นเต้นและสนใจการทำกิจกรรมมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การนำรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับเกมิฟิเคชั่นและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ไปใช้ให้แพร่หลายมากขึ้น ทั้งเนื้อหาสาระในรายวิชาภาษาไทยระดับต่าง ๆ และรายวิชาอื่น ๆ เพื่อกระตุ้นให้นักเรียนเกิดทักษะที่จำเป็นในชีวิต

2.2 รูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานช่วยส่งเสริมและพัฒนาการคิดของนักเรียน ดังนั้นควรศึกษาการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับการจัดการเรียนรู้อื่น เช่น บอร์ดเกมการศึกษา บทบาทสมมติ หรือกรณีศึกษา เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2565). *(ร่าง) กรอบหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช .... ระดับประถมศึกษา*. https://cbethailand.com/หลักสูตร/หลักสูตรฐานสมรรถนะ/

ชุติมา เวฬุมาศ และกาญจนา วิชญาปกรณ์. (2567). การพัฒนาความสามารถการเขียนสื่อสารของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้เทคนิค CBL ร่วมกับ GAME. *วารสารวิชาการสิรินธรปริทรรศน์, 25*(1), 130–140. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jsrc/article/view/255778/183174

ธัญพิชชา วัลไพจิตร และสุดคนึง นฤพนธ์จิรกุล. (2567). การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และทักษะการนำเสนอโดยใช้การเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับกระดาน Moodboard ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. *วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, *7*(23),90–102. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/etcedumsujournal/article/view/270732

ประสิตา มานิมนต์ และดนิตา ดวงวิไล. (2568). การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนเชิงสร้างสรรค์และสมรรถนะการคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เป็นฐานร่วมกับสื่อมัลติมีเดีย. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์*, *25*(1), 313–326. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/dhammathas/article/view/277639/188332

วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒผล. (2562). *การจัดการเรียนรู้ยุค AI*. ศูนย์ผู้นำนวัตกรรมหลักสูตรและการเรียนรู้. http://www.curriculumandlearning.com/upload/Books/AI_1567645348.pdf

วรวรรธน์ ศรียาภัย. (2557). *การเขียนเพื่อการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิริยะ ฤๅชัยพานิชย์. (2558). การสอนแบบสร้างสรรค์เป็นฐาน Creativity-based Learning (CBL). *วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้, 1*(2), 23–37. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jliwu/article/view/95056/74245

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2567). *การจัดการเรียนรู้เชิงรุกฐานสมรรถนะ : การเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงของสถานศึกษา*. อีเลฟเว่น สตาร์ อินเตอร์เทรด.

สุธิมา ไพราม และดนิตา ดวงวิไล. (2567). การพัฒนาความสามารถด้านการเขียนเชิงสร้างสรรค์และสมรรถนะการเขียนสื่อสารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้แนวคิดสร้างสรรค์เป็นฐาน. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, 9*(3), 230–243. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmbr/article/view/273535

Guilford, J. P. (1967). *The nature of human intelligence*. McGraw-Hill.

Iosup, A., & Epema, D. H. J. (2014). An experience report on using gamification in technical higher education. In *Proceedings of the 45th ACM Technical Symposium on Computer Science Education* (pp. 27–32). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/2538862.2538899

Kemmis, S., & McTaggart, R. (1992). *The action research planner* (3rd ed.). Deakin University Press.

มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองแรงงานสูงอายุในประเทศไทย
LEGAL MEASURES TO PROTECT ELDERLY WORKERS IN THAILAND

ปัณณธร หอมบุญมา และธาตรี มหันตรัตน์*
Pannathorn Hombunma and Dhatree Mahantarat
คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
Faculty humanities and social sciences Phranakhon Si Ayutthay Rajabhat University
*Corresponding Author E-mail: Dhatreecu24@hotmailcom
Received April 17, 2026; **Revised** June 4, 2026; **Accepted** June 5, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1. ศึกษาสภาพปัญหาการจ้างงานแรงงานสูงอายุในประเทศไทย 2. วิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายการจ้างแรงงานสูงอายุในประเทศไทยกับต่างประเทศ และ 3. กำหนดมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองแรงงานสูงอายุในประเทศไทย โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือแรงงานภาคเอกชนอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลักคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองแรงงานจำนวน 16 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1. สภาพปัญหาการจ้างแรงงานสูงอายุ คือ 1) สัญญาจ้างแรงงานภาคเอกชนสิ้นสุดลงเมื่ออายุครบ 55 ปี 2) นายจ้างปฏิเสธการจ้างแรงงานสูงอายุมากกว่าแรงงานทั่วไป 3) แรงงานสูงอายุไม่สามารถต่อรองค่าจ้างหรือค่าตอบแทนอย่างอื่นได้ 4) ขาดหน่วยงานดูแลและขาดนโยบายการส่งเสริมผู้ประกอบการรับแรงงานสูงอายุเข้าทำงาน 5) ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุเป็นการเฉพาะ 2. ผลการเปรียบเทียบกฎหมายคุ้มครองแรงงานประเทศญี่ปุ่นและประเทศสิงคโปร์มีกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุเฉพาะขณะที่ประเทศไทยไม่มี 3. มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองแรงงานสูงอายุในประเทศไทยประกอบด้วย 1) การขยายอายุการทำงานในภาคเอกชนจาก 55 ปี เป็น 60 ปี 2) กำหนดค่าตอบแทนและลักษณะงานที่เหมาะสมสำหรับแรงงานสูงอายุ 3) ให้มีนโยบายส่งเสริมการจ้างงานสูงอายุในระดับประเทศ และ 4) ให้มีกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุเป็นการเฉพาะเช่นเดียวกับแรงงานทั่วไป แรงงานเด็ก สตรี และคนพิการ

คำสำคัญ: มาตรการทางกฎหมาย, คุ้มครองแรงงาน, แรงงานสูงอายุ

Abstract

This article aimed to: 1) study the problems related to the employment of older workers in Thailand; 2) analyze and compare Thai and international laws regarding the employment of older workers; and 3) determine legal measures for the protection of older workers in Thailand. The research employed a mixed-methods approach. Quantitative data were collected from a sample of 400 private-sector workers aged 50

years and over. The research instrument was a questionnaire with a reliability coefficient of 0.89. The data were analyzed using frequency, percentage, and standard deviation.

In addition, qualitative research was conducted with 16 key informants from labor-related organizations. The research instrument used was an in-depth interview guide, and the data were analyzed using content analysis.

The research results were as follows: 1. The problems facing the employment of older workers in Thailand are as follows: 1) Employment in the private sector ends when older workers reach the age of 55. 2) Employers are more likely to refuse to hire older workers than younger workers. 3) Older workers are unable to negotiate wages or other compensation. 4) There is a lack of supervisory agencies and policies encouraging employers to hire older workers. 5) There is no specific law protecting older workers. 2. A comparison of Thailand's labor protection laws with those of other countries reveals that Thailand does not yet have laws specifically protecting older workers, whereas Japan and Singapore do. 3. Legal measures to protect older workers should include: 1) extending the retirement age in the private sector from 55 to 60 years; 2) establishing appropriate compensation and job descriptions for older workers; 3) implementing a national policy to promote the employment of older workers; and 4) enacting specific legislation to protect older workers in the same manner as other groups, such as children, women, and persons with disabilities.

Keywords: Legal measures, Labor protection, Older workers

บทนำ

ปัจจุบันประชากรของประเทศไทยมีสัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากร้อยละ 6.8 ในปีพ.ศ. 2537 เป็นร้อยละ 20.0 ในปี พ.ศ. 2567 และกำลังเข้าสู่สังคมสูงวัยในระดับสุดยอด (Super aged society) โดยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมดหรือประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป สูงถึงร้อยละ 20 และเป็นอันดับสองของอาเซียนรองจากประเทศสิงคโปร์ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) และในปี พ.ศ. 2583 ประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 20.5 ล้านคน หรือเป็นสัดส่วนร้อยละ 32 ของประชากรไทยทั้งหมดของประเทศ ขณะที่ประชากรวัยเด็กมีจำนวนลดลงจาก 12.6 ล้านคนในปี พ.ศ. 2523 เป็น 8 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2583 คิดเป็นร้อยละ 13 ของประชากรทั้งหมด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

การที่ประชากรของประเทศมีสัดส่วนผู้สูงอายุเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้น แต่อัตราการเกิดลดลงทำให้จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการขาดดุลทางรายได้เนื่องจากผู้สูงอายุมีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่สูงโดยเฉพาะค่ารักษาพยาบาลขณะที่รายได้จากการทำงานลดลง ทำให้เป็นภาระแก่ภาครัฐด้านการเงินการคลังที่จะต้องดูแลด้านสวัสดิการต่าง ๆ เพิ่มขึ้นตาม ดังนั้น ประเทศไทยจึงควรมีนโยบายเพื่อรองรับการเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยให้ความสำคัญในภาคแรงงานสูงอายุเป็นสำคัญ (จิราพร สุตทันกตะ, 2563) นอกจากนี้ แรงงานสูงอายุส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องการรับ

ค่าตอบแทนน้อยกว่าแรงงานทั่วไป การทำงานที่หนักกว่าและยังไม่มีสวัสดิการที่เหมาะสม หรือไม่สามารถรับสวัสดิการและเลือกงานที่เหมาะสมกับช่วงอายุได้ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) หลายประเทศให้ความสำคัญและแก้ไขปัญหาเรื่องนี้อย่างเร่งด่วน โดยการวางแผนด้านอัตรากำลังคน (Manpower Planning) ให้อยู่ในระดับสมดุลในภาคแรงงาน เช่น การขยายอายุการทำงานให้ยาวขึ้น การออกกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุโดยตรง หรือกำหนดนโยบาย ส่งเสริม สนับสนุนให้ภาคธุรกิจรับแรงงานสูงอายุเข้าทำงานหรือจ้างงานต่อเนื่องให้มากขึ้นตามสัดส่วนของแรงงานปกติ เป็นต้น

ดังนั้น การศึกษาถึงมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองงานสูงอายุ เห็นว่ามีความสำคัญเพื่อใช้เป็นแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านสังคมสูงอายุที่จะเกิดขึ้นในประเทศไทย ซึ่งการวิจัยที่ผ่านมามีลักษณะในเชิงเปรียบเทียบกฎหมายมากกว่าการศึกษาวิจัยถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจริง จึงควรศึกษาวิจัยถึงสภาพปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับการจ้างแรงงานสูงอายุในประเทศไทย และเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อรองรับปัญหาการขาดแคลนด้านแรงงานในอนาคตโดยเฉพาะแรงงานที่สูงอายุที่จะมีมากขึ้นไปพร้อมกับการเข้าสูงสังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงสภาพปัญหาเกี่ยวกับแรงงานสูงเช่น ด้านกฎหมายคุ้มครองแรงงานผู้สูงอายุ การกำหนดอายุการทำงาน ลักษณะประเภทงานต่าง ๆ ที่เหมาะสมต่อแรงงานสูงอายุ ตลอดจนนโยบายการส่งเสริมให้ภาคเอกชนรับแรงงานสูงอายุเข้าทำงาน เพื่อนำไปสู่มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองแรงงานสูงอายุอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการจ้างงานแรงงานสูงอายุในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุประเทศไทย กับกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุต่างประเทศ
3. เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองแรงงานสูงอายุในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ทฤษฎีทางชีววิทยา (Biological Theories) ที่อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายการเสื่อมสภาพร่างกายโดยเฉพาะผู้สูงอายุซึ่งไม่สามารถทำงานในลักษณะที่ต้องใช้แรงงานเหมือนกับแรงงานทั่วไปได้ นอกจากนี้ยังใช้ทฤษฎีทางสังคม (Sociological Theory) อธิบายถึงบทบาทสถานะ รูปแบบและพฤติกรรมของผู้สูงอายุที่มีต่อบทบาททางสังคม หรือทฤษฎีการแยกตัว (Disengagement Theory) ที่ทำให้ผู้สูงอายุไม่ต้องการเข้าสังคม ซึ่งหากผู้สูงอายุไม่มีกิจกรรมทำจะเกิดความเหงา ลดคุณค่าในตัวเอง และใช้ทฤษฎีทางจิตวิทยา (Psychological Theory) ตามแนวคิดของเพค (Peck's Concept) (อ้างถึงใน นันทพล พุทธพงษ์ และคณะ, 2563) อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงด้านบุคลิกภาพ ความรู้สึกของผู้สูงอายุ ดังนั้นผู้สูงอายุควรมีกิจกรรมทำอย่างสม่ำเสมอเพื่อคงความแข็งแรงของร่างกาย และสุดท้ายใช้ทฤษฎีความยุติธรรม (Theory of Justice) ของ จอห์น รอลส์ เพื่ออธิบายถึง "หลักแห่งความเท่าเทียมกันของเสรีภาพ" (The Principle of Equal Liberty) ที่มนุษย์ทุกคนต้องได้รับสิทธิและเสรีภาพขั้นพื้นฐานสูงสุดอย่างเท่าเทียมกัน ทุกคนต้องมีโอกาสเข้าถึง

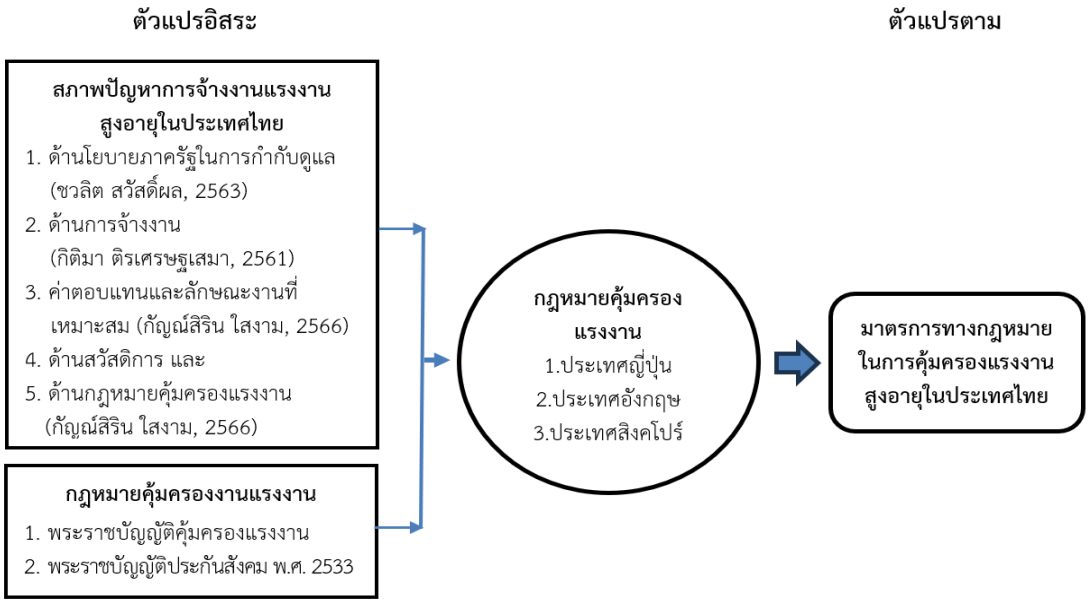
ตำแหน่งการงานอย่างเท่าเทียมกันในฐานะความเป็นคน ไม่ควรเลือกปฏิบัติที่แตกต่างกันด้านอายุ เช่น กรณีลูกจ้างภาคเอกชนกำหนดการทำงานเมื่ออายุครบ 55 ปี ขณะบุคลากรในภาครัฐกำหนดให้เกษียณที่อายุ 60 ปี

2. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย (พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541) แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 9) พ.ศ. 2568 พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 ซึ่งเป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงานสูงอายุในประเทศไทย และกฎหมายต่างประเทศ ได้แก่ กฎหมายคุ้มครองแรงงานประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศผู้นำที่มีแรงงานสูงอายุมากที่สุดของโลก ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรสูงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และประเทศอังกฤษซึ่งเป็นประเทศที่อยู่ในทวีปยุโรป

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 1) กิติมา ติรเศรษฐเสมา (2561) ศึกษาถึงมาตรการในการคุ้มครองแรงงานผู้สูงอายุ พบว่า กฎหมายคุ้มครองแรงงานของไทยที่ใช้บังคับอยู่ยังไม่เพียงพอที่จะคุ้มครองแรงงานสูงอายุในด้านค่าตอบแทน ประเภทหรือลักษณะงาน ชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสม 2) ปวีณา แจ้งประจักษ์ (2564) ศึกษาถึงการจ้างงานผู้สูงอายุในสังคมไทย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุตอนต้นอายุ 60-69 ปี มีความต้องการทำงานอยู่ โดยมีเหตุผลด้านเศรษฐกิจ 3) กัญณ์สิริน ใสงาม (2566) ศึกษาถึงการส่งเสริมการจ้างงานและคุ้มครองแรงงานสูงอายุ พบว่า บริษัทเอกชนจำนวนมากใช้เกณฑ์อายุ 55 ปีเลิกจ้าง

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยใช้ แนวคิดทฤษฎี กฎหมายของไทยนำมาเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางการศึกษาถึงมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองแรงงานสูงอายุ โดยมีรายละเอียด ตามแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน คือ การวิจัยเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองแรงงานจำนวน 16 คน แบ่งเป็น 7 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 กรมกิจการผู้สูงอายุจำนวน 2 คน กลุ่มที่ 2 กรมคุ้มครองแรงงานจำนวน 2 คน กลุ่มที่ 3 ผู้พิพากษาศาลแรงงานจำนวน 2 คน กลุ่มที่ 4 กรมคุ้มครองสิทธิกระทรวงยุติธรรมจำนวน 2 คน กลุ่มที่ 5 กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จำนวน 2 คน กลุ่มที่ 6 นักวิชาการด้าน กฎหมายกระบวนการยุติธรรม ด้านแรงงาน จำนวน 3 คน กลุ่มที่ 7 ผู้แทนแรงงานสูงอายุจำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาการจ้างงานแรงงานสูงอายุในประเทศไทย แบ่งเป็น 5 ระดับ 3 ตอน และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด โดยใช้แบบมาตราส่วนวัดแบบลิเคิร์ทสเกล (Likert's Scale) 5 ระดับ โดยนำคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน หาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) เพื่อนำแบบสอบถามไปเก็บตัวอย่างจำนวน 30 ชุดก่อนนำไปเก็บจริง โดยมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89

1.2 สูตรการคำนวณ การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ แรงงานที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ลำดับแรกผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) คือ การเลือกสุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นแรงงานที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มาหนึ่งจังหวัดของประเทศ เพราะประชากรตัวอย่างนั้นมีลักษณะเหมือนกันทุกจังหวัด และทุกจังหวัดมีแรงงานที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปเหมือนกัน ลำดับที่สอง ผู้วิจัยจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Custer Random Sampling) ทำการสุ่มตัวอย่างประชากรในจังหวัดที่ถูกเลือก ซึ่งได้แก่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ซึ่งใช้ตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร ซึ่งกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 หรือระดับเชื่อมั่นร้อยละ 95 ของขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีประชากรมากกว่าหนึ่งแสนคน (จำนวนสูงสุดของขนาดประชากร) ขนาดของประชากรกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ที่ 400 คน

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการิวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Contents Analysis) ความถี่ (Frequency) เปอร์เซ็นต์ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mena) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กึ่งมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Conent Analysis Technique) โดยใช้คำถามเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองแรงงานสูงอายุในประเทศไทย

3. การวิจัยครั้งนี้ได้ขอรับรองวิจัยในมนุษย์ตามหนังสือรับรองที่ ARU-REC/55 หมายเลขโครงการที่ 012/68 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ลงวันที่ 10 กันยายน 2568

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้ กลุ่มแรงงานสูงอายุในภาคเอกชนที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 51.2 เพศชาย ร้อยละ 48.0 และเพศทางเลือก ร้อยละ 0.8 อายุระหว่าง 50-55 ปี ร้อยละ 47.5 อายุ 56-60 ปี ร้อยละ 23.8 ตามลำดับ ระดับการศึกษาร้อยละ 50 อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ร้อยละ 52.3 มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย สองหมื่นถึงห้าหมื่นบาท ร้อยละ 31.3 ส่วนใหญ่ไม่ระบุอาชีพร้อยละ 29.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า แรงงานสูงอายุ ควรมีอายุตั้งแต่ 61-65 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.3

วัตถุประสงค์ที่ 1 สภาพปัญหาการจ้างงานแรงงานสูงอายุในประเทศไทย

ตารางที่ 1 สภาพปัญหาด้านนโยบายในการกำกับดูแลแรงงานสูงอายุ

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
นโนบายภาครัฐในการกำกับดูแลแรงงานสูงอายุ	3.00	0.99	มาก
การจ้างแรงงานสูงอายุ	2.47	0.80	ปานกลาง
ค่าตอบแทนและลักษณะงานที่เหมาะสม	2.39	1.00	น้อย
สวัสดิการแรงงานสูงอายุ	2.31	0.83	น้อย
กฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุ	2.04	0.87	น้อย
รวม	**2.50**	**0.88**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 1 พบว่า สภาพปัญหาด้านนโยบายในการกำกับดูแลแรงงานสูงอายุ มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ =3.00) และตามด้วยด้านการจ้างแรงงานสูงอายุ ($\bar{x}$ =2.47) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 สภาพปัญหารายด้านเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐในการกำกับดูแลแรงงานสูงอายุ

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
หน่วยงานภาครัฐยังไม่มีนโยบายสนับสนุนด้านงบประมาณ และส่งเสริมให้สถานประกอบการรับลูกจ้างสูงอายุเข้าทำงาน	2.04	1.01	ปานกลาง
ขาดหน่วยงานรับผิดชอบดูแลแรงงานสูงอายุทั้งระบบ	2.01	1.01	ปานกลาง
หน่วยงานภาครัฐยังไม่มีนโยบายและแผนรองรับแรงงานผู้สูงอายุทั้งระบบ	2.01	1.00	ปานกลาง
ขาดนโยบายและแผนการเพื่อรองรับแรงงานสูงอายุ	2.01	1.03	ปานกลาง
หน่วยงานภาครัฐยังไม่มีนโยบายส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับแรงงานสูงอายุเข้าทำงาน	2.04	0.91	ปานกลาง
รวม	**3.00**	**0.99**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 2 พบว่า สภาพปัญหาด้านนโยบายภาครัฐในการกำกับดู ได้แก่หน่วยงานภาครัฐยังไม่มีนโยบายสนับสนุนด้านงบประมาณ และส่งเสริมให้สถานประกอบการรับลูกจ้างสูงอายุเข้าทำงาน มีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.04) และขาดหน่วยงานรับผิดชอบดูแลแรงงานสูงอายุทั้งระบบ ($\bar{x}$ =2.01) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 สภาพปัญหารายด้านเกี่ยวกับการจ้างแรงงานสูงอายุ

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ภาคเอกชนเลิกจ้างที่อายุ 55 ปี พร้อมการสิ้นสุดสิทธิผู้ประกันตน ตามพรบ.ประกันสังคม พ.ศ.2533	3.45	1.52	มากที่สุด
ประสิทธิภาพการทำงานด้อยกว่าแรงงานทั่วไป	3.10	1.42	ปานกลาง
การเลิกจ้างที่อายุ 55 ปี มิได้เกิดจากความสมัคใจ	2.65	1.50	ปานกลาง
นายจ้างปฏิเสธแรงงานสูงอายุ เพราะเห็นว่ามีปัญหาด้านสุขภาพ	2.60	1.28	ปานกลาง
นายจ้างปฏิเสธแรงงานสูงอายุเพราะเห็นว่าขาดการพัฒนาตนเอง	3.18	1.40	ปานกลาง
แรงงานสูงอายุหางานทำยากกว่าแรงงานทั่วไป	2.38	1.20	น้อย
การเลิกจ้างที่อายุ 55 ปี ถือเป็นการเลือกปฏิบัติ	2.40	1.36	น้อย
ควรกำหนดอายุการเลิกจ้างแรงงานที่อายุ 60 ปี	2.15	1.21	ปานกลาง
รวม	**2.74**	**0.80**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 3 พบว่า สภาพปัญหาด้านการจ้างงาน ได้แก่ ภาคเอกชนเลิกจ้างที่อายุ 55 ปี พร้อมกับสิทธิการเป็นผู้ประกันตนสิ้นสุดลง ตาม พ.ร.บ. ประกันสังคม พ.ศ. 2533 ($\bar{x}$ = 3.45) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ประสิทธิภาพการทำงานของแรงงานสูงอายุด้อยกว่าแรงงานทั่วไป ($\bar{x}$ = 3.10)

ตารางที่ 4 สภาพปัญหารายด้านเกี่ยวกับค่าตอบแทนและลักษณะงานที่เหมาะสม

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
แรงงานสูงอายุไม่สามารถต่อรองค่าจ้าง เงินเดือนได้	2.47	1.33	ปานกลาง
ค่าตอบแทนที่ได้รับน้อยกว่าแรงงานทั่วไป	2.47	1.33	ปานกลาง
ชั่วโมงการทำงาน ไม่แตกต่างจากแรงงานทั่วไป	2.44	1.22	ปานกลาง
แรงงานสูงอายุไม่สามารถเลือกงานที่เหมาะกับตนได้	2.77	1.12	ปานกลาง
การจัดสภาพแวดล้อมการทำงานไม่ต่างจากแรงงานทั่วไป	2.34	1.16	ปานกลาง
รวม	**2.40**	**1.18**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4 พบว่า สภาพปัญหาเกี่ยวกับค่าตอบแทนและลักษณะงานที่เหมาะสม ได้แก่ แรงงานสูงอายุไม่สามารถต่อรองค่าจ้าง เงินเดือนได้ และค่าตอบแทนที่ได้รับน้อยกว่าแรงงานทั่วไป อยู่ในระดับเท่ากัน ($\bar{x}$ = 2.47) และชั่วโมงการทำงานของแรงงานสูงอายุยังไม่แตกต่างจากแรงงานทั่วไป ($\bar{x}$ = 2.44) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 สภาพปัญหารายด้านเกี่ยวกับสวัสดิการแรงงานสูงอายุ

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
นายจ้างปฏิเสธการจ้าง เพราะกลัวต้องจ่ายสวัสดิการมาก	2.73	1.38	ปานกลาง
สวัสดิการที่ได้รับยังไม่เหมาะสม	2.13	0.98	น้อย
เมื่อถูกเลิกจ้างที่ 55 ปีแล้วไม่ได้รับความคุ้มครองด้านสวัสดิการ	2.55	1.42	น้อย
แรงงานสูงอายุไม่มีอำนาจต่อรองด้านสวัสดิการ	2.47	1.37	น้อย
แรงงานสูงอายุยังต้องการทำงานอยู่ เพราะมีภาระที่ยังต้องรับผิดชอบ	1.70	0.73	น้อยที่สุด
รวม	**2.31**	**0.83**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 5 พบว่า สภาพปัญหาเกี่ยวกับสวัสดิการแรงงานสูงอายุ ได้แก่ นายจ้างปฏิเสธการจ้างเพราะกลัวต้องจ่ายสวัสดิการมาก ($\bar{x}$ =2.73) รองมาคือ สวัสดิการที่ได้รับยังไม่เหมาะสม ($\bar{x}$ =2.13) อยู่ระดับน้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 6 สภาพปัญหารายด้านเกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองแรงงาน

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุ	2.04	1.01	ปานกลาง
ยังไม่มีกฎหมายกำหนดนิยามคำว่า “แรงงานสูงอายุ”	2.02	0.95	ปานกลาง
ยังไม่มีกฎหมายกำหนดเกี่ยวกับสภาพการจ้างแรงงานสูงอายุที่เหมาะสม	2.06	1.00	ปานกลาง
ยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมการจ้างงานให้กับผู้สูงอายุ	2.01	0.94	ปานกลาง
ยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรับแรงงานสูงอายุเข้าทำงาน	2.06	0.98	ปานกลาง
ยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายขยายอายุการทำงานในภาคเอกชนให้ทำงานไปจนอายุครบ 60 ปี เช่นเดียวกับระบบราชการ	2.10	1.06	ปานกลาง
รวม	**2.04**	**0.87**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 6 พบว่า สภาพปัญหาเกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองแรงงาน ได้แก่ ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุ ($\bar{x}$ =2.04) รองมาคือ ยังไม่มีกฎหมายกำหนดนิยามคำว่า “แรงงานสูงอายุ” ($\bar{x}$ =2.13) อยู่ระดับปานกลาง ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2

ผลการศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุตามกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ พบว่า 1) ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุเป็นการเฉพาะ ซึ่งแตกต่างกับประเทศญี่ปุ่น มีกฎหมายว่าด้วยความมั่นคงในการจ้างแรงงานสูงอายุ (Law Concerning Stabilization of Employment of Older Persons Act 1971) เพื่อส่งเสริมการทำงานผู้สูงอายุ ประเทศสิงคโปร์

มีกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุ เรียกว่า พระราชบัญญัติเกษียณอายุและการจ้างงานใหม่ (Retirement and Re-Employment Act (RRA) 2) ในกฎหมายไทย ไม่มีนิยาม “สูงอายุ” กำหนดไว้เช่นเดียวกับประเทศอังกฤษ 3) การจ้างงานในประเทศไทยกำหนดที่อายุ 55 ปี ขณะประเทศสิงคโปร์กำหนดที่ 62 ปี ประเทศญี่ปุ่น 65 ปี และประเทศอังกฤษถึง 60-69 ปี

วัตถุประสงค์ที่ 3

มาตรการทางกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุในประเทศไทย ซึ่งได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย 1. การขยายอายุการทำงานในภาคเอกชน จาก 55 ปี เป็น 60 ปี และกำหนดให้มีการจ้างงานต่อเนื่องหลังอายุครบ 55 ปี โดยสมัครใจ อาจผ่านเกณฑ์ประเมินด้านสุขภาพและสมรรถภาพในการทำงาน โดยสามารถส่งเงินสมทบเข้ากองทุนประกันสังคมต่อได้ 2. บัญญัติมาตรการคุ้มครองแรงงานสูงอายุ ด้านค่าตอบแทน อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ/อัตราจ้างเป็นรายชั่วโมง ลักษณะงานและสวัสดิการอื่น ๆ อย่างเหมาะสม 3. การกำหนดนโยบายส่งเสริมการจ้างแรงงานสูงอายุในระดับประเทศในระยะยาวอย่างเป็นระบบ โดยมีมาตรการจูงใจให้สถานประกอบการรับแรงงานสูงอายุเข้าทำงาน เช่น การลดหย่อนภาษี 4. กำหนดให้มีกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุเป็นการเฉพาะ เช่นเดียวกับแรงงานเด็ก สตรี หรือคนพิการ โดยยึดหลักความเสมอภาค และควรกำหนดคำนิยาม“แรงงานสูงอายุ” ไว้ในกฎหมาย

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1

สภาพปัญหาเกี่ยวกับการจ้างงานแรงงานสูงอายุในประเทศไทย ประกอบด้วย

1.1 สภาพปัญหาเกี่ยวกับการจ้างแรงงานสูงอายุ สถานประกอบการภาคเอกชนส่วนใหญ่กำหนดสิ้นสุดสัญญาจ้างเมื่อครบอายุ 55 ปี โดยยึดตามพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 ทั้งที่แรงงานเหล่านั้นยังมีความต้องการทำอยู่ สอดคล้องกับ ปวีณา แจ้งประจักษ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องการจ้างงานผู้สูงอายุในสังคมไทย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุตอนต้นอายุ 60-69 ปี มีความต้องการทำงานโดยมีปัญหาด้านเศรษฐกิจ และยังสอดคล้องกับ กัญณ์สิริน ใสงาม (2566) ศึกษาเรื่องการส่งเสริมการจ้างงานและคุ้มครองแรงงานสูงอายุ พบว่า บริษัทเอกชนจำนวนมากใช้เกณฑ์อายุ 55 ปี เป็นตัวกำหนดคุณสมบัติการเกษียณอายุของลูกจ้าง

1.2 ค่าตอบแทนและการกำหนดลักษณะงานที่เหมาะสม เนื่องจากกฎหมายคุ้มครองแรงงานมิได้กำหนดนิยามคำว่า “แรงงานสูงอายุ” ไว้ ทำให้การบังคับใช้เกิดปัญหาการตีความ ซึ่งแรงงานสูงอายุไม่สามารถเลือกงานที่เหมาะสมตามช่วงอายุหรือตามสภาพความเป็นจริงได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของกิติมา ติรเศรษฐเสมา (2561) ได้ทำการศึกษาถึงมาตรการในการคุ้มครองแรงงานผู้สูงอายุ พบว่า บทบัญญัติทางกฎหมายคุ้มครองแรงงานของไทยที่ใช้บังคับ ยังไม่เพียงพอที่จะคุ้มครองการทำงานสำหรับลูกจ้างสูงอายุในด้านค่าตอบแทนประเภทหรือลักษณะงาน ชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสม

1.3 ด้านนโยบายการจ้างงานและหน่วยงานกำกับดูแล จากการศึกษา พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยยังขาดความชัดเจนด้านนโยบายเกี่ยวกับแรงงานสูงอายุ ซึ่งต่างกับประเทศญี่ปุ่น มีนโยบายส่งเสริมอาชีพหรือการจ้างแรงงานสูงอายุ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐ ภาคประชาสังคม และภาคเอกชน

ซึ่งสอดคล้องกับศึกษาของ ชวลิต สวัสดิ์ผล (2563) ที่ได้ทำการศึกษาถึงนโยบายการทำงานและการจ้างงานผู้สูงอายุ พบว่า มาตรการที่ภาครัฐใช้สำหรับการจ้างแรงงานสูงอายุ เป็นเพียงมาตรการจูงใจให้บริษัทหรือนิติบุคคลที่จ้างผู้สูงอายุเข้าทำงาน สามารถนำเงินค่าจ้างมายกเว้นภาษีเงินได้ 2 เท่าของเงินเดือน ตามประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 639 พ.ศ. 2560) ซึ่งมิได้มีลักษณะบังคับแต่อย่างใด

1.4 ด้านกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุ ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุเป็นการเฉพาะ มีแต่กฎหมายคุ้มครองแรงงานทั่วไป เด็ก สตรี และคนพิการ สอดคล้องกับการศึกษาของ กัญณ์สิริน ใสงาม (2566) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการจ้างงานและคุ้มครองแรงงานสูงอายุ ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยยังไม่มีมาตรการทางกฎหมายส่งเสริมการจ้างงานและคุ้มครองแรงงานสูงอายุไว้เป็นการเฉพาะ อีกทั้งกฎหมายคุ้มครองแรงงานมิได้กำหนดนิยาม “แรงงานสูงอายุ” ไว้ทำให้เกิดการเลือกปฏิบัติเนื่องจากนายจ้างไม่ต้องการจ้างแรงงานสูงอายุเพราะเห็นว่าด้อยประสิทธิภาพกว่าแรงงานทั่วไป ดังนั้น การกำหนดค่าจ้าง การมอบหมายงานขึ้นอยู่กับความพอใจของนายจ้างฝ่ายเดียว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ผลการศึกษาเปรียบเทียบ การคุ้มครองแรงงานสูงอายุตามกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ พบว่า ประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุเป็นการเฉพาะ ต่างจากประเทศญี่ปุ่น มีกฎหมายว่าด้วยความมั่นคงในการจ้างแรงงานสูงอายุ (Law Concerning Stabilization of Employment of Older Persons Act 1971) ซึ่งรับฐาลญี่ปุ่นจัดเตรียมระบบการดูแลผู้สูงอายุระยะยาว The Long-term care insurance (LTCI) โดยมีกฎหมายบังคับให้นายจ้างมีระบบประกันการจ้างงานต่อเนื่องหลักเกษียณที่ 60 ปี ไปจนอายุ 65 ปี เพื่อตอบสนองต่อสังคมสูงอายุ นอกจากนี้กฎหมายแรงงานของไทย ไม่มีนิยาม “แรงงานสูงอายุ” ขณะที่ประเทศสิงคโปร์กำหนดนิยามสูงอายุไว้ที่ 65 ปี โดยใช้นโยบายประเทศอัจฉริยะ (Smart Nation) เพื่อใช้แก้ปัญหาสังคมสูงอายุมาตั้งแต่ปี 2557 เน้นการให้สวัสดิการเป็นแรงจูงใจให้แรงงานสูงอายุดึงศักยภาพมาใช้อย่างเต็มความสามารถ นอกจากนี้จัดสวัสดิการช่วยเหลือครอบครัวของผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพและส่งเสริมการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2562) สำหรับการจ้างงานนั้น ภาคเอกชนส่วนใหญ่จะเลิกจ้างตามสัญญาเมื่ออายุ 55 ปี ต่างจากประเทศญี่ปุ่นกำหนดอายุไว้ที่ 65 ปี สิงคโปร์ 62 ปี โดยมีกฎหมายบังคับให้ต่อสัญญาจ้างได้ถึงอายุ 65 ปี หากหน่วยงานไม่ให้ความร่วมมือต่อสัญญาจ้างผู้สูงอายุ มีบทลงโทษตามกฎหมาย นอกจากนี้ ประเทศไทยยังไม่มีนโยบายที่ชัดเจนสำหรับการส่งเสริมหรือสนับสนุนการจ้างแรงงานสูงอายุ

วัตถุประสงค์ที่ 3 มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองแรงงานสูงอายุ ประกอบด้วย

1. การขยายอายุการทำงาน นายจ้างในภาคเอกชนส่วนใหญ่ทำสัญญาจ้างแรงงาน เมื่อมีอายุครบ 55 ปีทั้งที่แรงงานเหล่านั้นประสงค์ทำงานอยู่ สอดคล้องกับงานวิจัยของนิภาพรรณ เจนสันติกุล (2563) ที่ศึกษาถึงสภาพปัญหาและรูปแบบการจ้างงานสูงอายุของสถานประกอบการเอกชนในประเทศไทย พบว่า การขยายอายุการเกษียณ เป็นหนึ่งในสี่รูปแบบสำหรับการจ้างแรงงานสูงอายุที่เหมาะสม

2. ควรกำหนดมาตรการต่าง ๆ ไว้ในกฎหมาย เช่น กำหนดลักษณะงาน ระยะเวลาการทำงาน ค่าตอบแทน หรือค่าแรงขั้นต่ำ เช่นเดียวกับประเทศญี่ปุ่น สิงคโปร์ และสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ

นันทพล พุทธพงษ์ และคณะ, (2563) ที่ทำการศึกษาถึงมาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองแรงงานสูงอายุ ผลการศึกษาพบว่า ควรต้องมีการบัญญัติมาตรการทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองมิให้เลือกปฏิบัติในการจ้างแรงงานเพราะอาศัยเหตุที่แตกต่างเกี่ยวกับอายุ

3. การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับแรงงานให้มีความชัดเจนและครอบคลุมในกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

3.1 นโยบายการส่งเสริมการจ้างแรงงานสูงอายุ ตามแนวคิดพลังสูงอายุ (Active Aging) ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นขององค์การอนามัยโลกที่นำเสนอกรอบแนวคิดพฤฒิพลัง (Active Aging) ประกอบด้วย การมีสุขภาพดี (Heath) การมีหลักประกันและความมั่นคงในชีวิต (Security) และการมีส่วนร่วม (Participation)

3.2 นโยบายการพัฒนาศักยภาพแรงงานสูงอายุ ควรส่งเสริมให้แรงงานสูงอายุ พัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิต สอดคล้องกับ สิริพร พงศ์หิรัญสกุล และคณะ (2567) ได้ศึกษา ถึงแนวทางการพัฒนาทักษะแรงงานผู้สูงอายุให้เหมาะสมกับลักษณะงาน พบว่า ผู้สูงอายุจะต้องพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่องในด้านเทคโนโลยี ด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษด้านการศึกษาความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ตลาดแรงงานสูงอายุ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 2 Model มาตรการทางกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุแบบบูรณาการ

จากแผนภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย ได้แก่ การขยายอายุการทำงานในภาคเอกชนจาก 55 ปีเป็น 60 ปี ถือเป็นมาตรการทางกฎหมายที่สำคัญ นอกจากนี้ควรมีกฎหมายคุ้มครองผู้สูงอายุเฉพาะ และกำหนดคำนิยาม “แรงงานสูงอายุ” ไว้ในกฎหมาย ตลอดจนรายละเอียดอื่น ๆ เช่น ลักษณะหรือประเภทงานที่เหมาะสม และสิ่งสำคัญคือต้องมีนโยบายเกี่ยวกับแรงงานสูงอายุที่ชัดเจนอย่างเป็นรูปธรรม

สรุป

องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยนี้ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาแรงงานสูงอายุที่จะเกิดขึ้นกับสังคมไทยควรมีกฎหมายคุ้มครองแรงงานเฉพาะเพื่อจัดระบบสวัสดิการ ค่าตอบแทน และนโยบายจะต้องชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

รัฐบาลควรเร่งกำหนดนโยบายการขยายอายุการทำงานของภาคเอกชนจาก 55 ปี เป็น 60 ปี กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม กรมคุ้มครองสิทธิ ควรเร่งพลักดันออกกฎหมายคุ้มครองแรงงานสูงอายุเพื่อป้องกันการเลือกปฏิบัติ ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในรายละเอียด เกี่ยวกับรูปแบบ ประเภทของงาน ลักษณะงานที่เหมาะสมของแรงงานสูงอายุ เพื่อกำหนดรายละเอียดอย่างเหมาะสมและเป็นธรรมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กัญณ์ศิริน ใสงาม. (2566). *การส่งเสริมการจ้างงานและคุ้มครองแรงงานสูงอายุ* [วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช]. https://ir.stou.ac.th/bitstream/123456789/13426/1/2614000541.pdf

กิติมา ติรเศรษฐเสมา. (2561). มาตรการในการคุ้มครองแรงงานผู้สูงอายุ. *วารสารการบริหารปกครองมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, 8*(1), 265–287. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/gjournal-ksu/article/view/199563

จิราพร สุทันกิตระ. (2563). *การคุ้มครองแรงงานสูงอายุจากการเลือกปฏิบัติเพราะเหตุอายุในการจ้างงาน* [รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช].

ชวลิต สวัสดิ์ผล. (2563). นโยบายการทำงานและการจ้างงานผู้สูงอายุ. *วารสารผู้ตรวจการแผ่นดิน, 13*(1), 117–132. https://www.ombudsman.go.th

นันทพล พุทธพงษ์, ศศิประภา ศิสศิ วรณาการ และวิณัฏฐา แสงสุข. (2563). มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครองแรงงานสูงอายุ. *วารสารรามคำแหง ฉบับนิติศาสตร์, 9*(2), 141–159. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/lawjournal/article/view/247519

นิภาพรรณ เจนสันติกุล. (2563). สภาพปัญหาและรูปแบบการจ้างงานผู้สูงอายุของสถานประกอบการเอกชนในประเทศไทย. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์, 4*(1), 50–66. https://so01.tci-thaijo.org

ปวีณา แจ้งประจักษ์. (2564). การจ้างงานผู้สูงอายุในสังคมไทย: องค์ความรู้จากการสังเคราะห์งานวิจัยจากฐานข้อมูลปริญญานิพนธ์. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 8*(10), 100–112. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541. (2541, 20 กุมภาพันธ์). *ราชกิจจานุเบกษา, 115*(8 ก), 1–44.

สิริพร พงศ์หิรัญสกุล, พัชรี ฉลาดธัญกิจ, ณรงค์ฤทธิ์ ประสานตรี, กาญจนา จินดานิล, และสุกัญญา ตั้งประเสริฐ. (2567). แนวทางการพัฒนาทักษะแรงงานผู้สูงอายุให้เหมาะสมกับลักษณะงาน. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, 12*(1), 135–147. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/263450

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *สถานการณ์ความมั่นคงในชีวิตของผู้สูงอายุ*. https://ebooks.m-society.go.th/uploads/ebooks/pdf/644f3a41c8dd2.pdf

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2562). *แรงงานสูงอายุในประเทศสิงคโปร์*. https://www.parliament.go.th

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *สรุปผลที่สำคัญ การทำงานของผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2562*. https://www.nso.go.th

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). Harper & Row.

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม

DEVELOPMENT OF SUPPLEMENTARY INSTRUCTION IN ADDITIONAL BASIC COMPETENCIES MODEL FOR STUDENTS IN THE DUAL VOCATIONAL SYSTEM UNDER THE OFFICE OF THE VOCATIONAL EDUCATION COMMISSION THROUGH ACTIVITY – BASED CAMP

อนันตา จันทโรจน์*, ณฐพร อุตกฤษฎ์ และไพโรจน์ สถิรยากร
Ananta Chantaroch*, Nathaporn Utakrit, Pairote Stirayakorn
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
King Mongkut's University of Technology North Bangkok
*Corresponding Author E-mail:s6202061910031@email.kmutnb.ac.th
Received March 30, 2026; **Revised** June 7, 2026; **Accepted** June 8, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบ 2) พัฒนาและประเมินรูปแบบและ 3) พัฒนาและประเมินหลักสูตรรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม ผู้วิจัยศึกษาองค์ประกอบโดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 19 คน เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก การประเมินความเหมาะสมรูปแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ 9 คน โดยใช้แบบสอบถาม 10 ข้อคำถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ประเมินประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรม โดยประยุกต์ใช้แบบจำลองซิป (CIPP Model) ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบของรูปแบบประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบได้แก่ การวิเคราะห์ความต้องการ กรอบสมรรถนะพื้นฐาน การสอนเสริมโดยการใช้ค่ายกิจกรรม การประเมินผลหลังค่ายกิจกรรม หลักเกณฑ์การศึกษาระบบทวิภาคี และการสรุปผลรายงานผู้เกี่ยวข้อง 2) รูปแบบที่พัฒนาขึ้นจาก 6 องค์ประกอบ มีโครงสร้างที่ชัดเจน มีความเชื่อมโยงระหว่างกันและสะดวกต่อการนำไปใช้ มีผลการประเมินความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ 9 คนอยู่ในระดับมาก 3) ประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรม สรุปผลดังนี้ ผลการประเมินบริบท พบว่า ความเหมาะสมของหลักสูตรฝึกอบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการประเมินปัจจัยเบื้องต้นพบว่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าเฉลี่ย 1.00 ในทุกองค์ประกอบของหลักสูตรกับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม ผลการประเมินกระบวนการ พบว่า ผลสัมฤทธิ์ภาคทฤษฎีมีค่าคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 85.69/84.80 และผลสัมฤทธิ์ภาคปฏิบัติมีค่าคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 86.65 ค่าความพึงพอใจในการฝึกอบรมอยู่ในระดับมากที่สุดและการประเมินผลผลิต พบว่า มีผลการประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: หลักสูตรฝึกอบรม, รูปแบบการจัดสอนเสริม, สมรรถนะพื้นฐาน, ระบบทวิภาคี, ค่ายกิจกรรม

Abstract

This article aims to 1) study the components, 2) develop and evaluate the model and 3) develop and evaluate the efficiency of supplementary instruction in additional basic competencies model for students in the dual vocational system under the Office of the Vocational Education Commission through activity – based Camp. The components were studied through in-depth interview with 19 specialists. The appropriateness of the model was evaluated by 9 experts using a 10-item questionnaire and analyzed the data by calculating the mean ($\bar{x}$) and standard deviation (S. D.) The effectiveness of the training program was evaluated through CIPP Model. The research results were found as follows; 1) The components of model consisted of 6 main components: needs analysis, basic competencies frame work, supplementary instruction through activity-based camps, post-camp evaluation, criteria of the dual vocational education system, and a stakeholder summary report; 2) The developed model of supplementary instruction has clear structure, interconnected elements, is easy to implement and its suitability was assessed at a high level by 9 experts and 3) The effectiveness of the training course is summarized as follows: The contextual evaluation found the overall suitability of the training course to be at the highest level. The initial factor evaluation showed a mean consistency index of 1.00 across all course components with the behavioral objectives. The process evaluation revealed average scores of 85.69%/84.80% for theoretical learning and 86.65% for practical learning. Training satisfaction was at the highest level, and the overall outcome evaluation was also at the highest level.

Keywords: Training program, Supplementary instruction, basic competencies, Dual vocational system, activity – based camp

บทนำ

เป็นที่ยอมรับกันว่า ในการยกระดับการพัฒนาประเทศในทุกมิติไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ตามยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580) ภายใต้วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมุ่งหวังให้คนไทยมีจิตสาธารณ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 มีทักษะสูงและมีสัมมาชีพตามความถนัดของตนเอง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษากระทรวงศึกษาธิการมีภารกิจหลักโดยตรงในการจัดการศึกษาและฝึกอบรมวิชาชีพเพื่อดำรงชีวิตในสาขาวิชาชีพต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและสังคมโดยมีนโยบายเน้นการจัดการเรียนการสอนทางด้านทักษะวิชาชีพควบคู่ไปกับทฤษฎีความรู้ต่าง ๆ โดยในการปฏิบัติภารกิจหลักที่ผ่านมาของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาก่อนหน้านี้ก็ได้ดำเนินตามแนวพระราชบัญญัติการอาชีวศึกษา พ.ศ.2551 มาตรา 8 ซึ่งกำหนดแนวทางในการจัดการ

อาชีวศึกษาและฝึกอบรมวิชาชีพไว้ 3 รูปแบบอย่างต่อเนื่อง คือ การจัดการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบและการศึกษาระบบทวิภาคี ซึ่งเป็นระบบการศึกษาที่สถานศึกษาสามารถนำรายวิชาชีพที่ตรงหรือสัมพันธ์กับลักษณะงานไปเรียนหรือไปฝึกในสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจหรือหน่วยงานของรัฐได้ โดยเลือกจากหมวดวิชาชีพ ทั้งวิชาชีพพื้นฐาน วิชาชีพเฉพาะ และวิชาชีพเลือกตามความเหมาะสมและตามข้อตกลงความร่วมมือกับสถานประกอบการ (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2567)

อย่างไรก็ตามในการนำรายวิชาชีพ ไปจัดการเรียนการสอนในสถานประกอบการ ทั้งในรูปแบบของการฝึกงานหรือฝึกอาชีพนักศึกษาระบบทวิภาคียังคงพบอุปสรรคและปัญหาหลายประเด็น ทั้งในสถานศึกษาอาชีวศึกษาภาครัฐและเอกชนดังข้อรายงานการศึกษาแนวทางพัฒนาคุณภาพการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีเพื่อตอบสนองการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษาของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา มีข้อค้นพบถึงปัญหาที่สำคัญได้แก่การฝึกอาชีพในภาคประกอบการไม่ครบตามเนื้อหาวิชามีความไม่พร้อมของภาคประกอบการและการจัดทำแบบฝึกอาชีพมีความต่างกัน ซึ่งปัญหานี้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการรายงานสภาพปัญหาและข้อจำกัดของสถานศึกษาในการขับเคลื่อนการอาชีวศึกษาปีงบประมาณพ.ศ. 2567 ที่พบปัญหาการเรียนการสอนระบบทวิภาคีในเรื่องของการฝึกอาชีพทั้งระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพและประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่เข้าฝึกภาคปฏิบัติในสถานประกอบการได้ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ เนื่องจากสถานประกอบการมีบริบทที่ต่างกัน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2564)

จากข้อค้นพบและแนวคิดดังกล่าวประกอบกับแนวทางการจัดการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีตามประกาศคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เรื่องมาตรฐานการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี พ.ศ. 2567 ได้กำหนดให้สถานศึกษาสามารถอบรมเสริมความรู้เฉพาะเรื่องของสถานศึกษาได้ โดยออกแบบการจัดการเรียนให้เหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษามีการจัดกิจกรรมสอนเสริมเติมเต็มสมรรถนะในส่วนที่นักศึกษายังขาดความครบสมบูรณ์ภายใต้การดูแลของอาจารย์ผู้สอนและสามารถให้นักศึกษาได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันเพื่อส่งเสริมความมีน้ำใจการรู้จักช่วยเหลือและพัฒนาทักษะฝีมือไปพร้อมกันจะช่วยให้แก้ไขปัญหาให้นักศึกษาได้ โดยใช้การสอนเสริมในรูปแบบของค่ายกิจกรรมที่จัดการเรียนรู้แบบแบ่งกลุ่มทำงานโดยในแต่ละกลุ่มจะมีนักศึกษาที่มีความสามารถหรือความถนัดในแต่ละงานที่แตกต่างกันเพื่อที่นักศึกษาจะได้แสดงความคิดเห็นหรือความสามารถของตนเองในด้านที่ตัวเองถนัดพร้อมส่งเสริมทักษะผู้นำและการทำงานเป็นทีม การคิดออกแบบการทำงาน ทักษะอาชีพและทักษะชีวิต ที่สอดคล้องและเท่าทันพัฒนาการของโลก (กรมส่งเสริมการเรียนรู้, 2567) ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาเป็นอย่างดี

จากความสำคัญดังกล่าวก่อให้เกิดแนวคิดว่าการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคีควรมีรูปแบบมีวิธีการเป็นการเฉพาะเพื่อให้เหมาะสมกับการเรียนการสอนสายอาชีพดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการพัฒนารูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรมโดยการรวบรวมแนวปฏิบัติที่มีคุณภาพตามเกณฑ์หลักสูตรกำหนด มาเป็นองค์ประกอบในการดำเนินกิจกรรมของรูปแบบการจัดสอนเสริม เพื่อให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรม ผู้เกี่ยวข้องสามารถนำไปปฏิบัติได้ ส่งผลให้การศึกษาระบบทวิภาคีมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยการใช้ค่ายกิจกรรม

2) เพื่อพัฒนาและประเมินความเหมาะสมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยการใช้ค่ายกิจกรรม

3) เพื่อพัฒนาและประเมินประสิทธิภาพหลักสูตรฝึกอบรมการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยการใช้ค่ายกิจกรรมตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ตำรา เอกสาร ที่เกี่ยวกับแนวคิด หลักการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทาง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ

(Keeves, 1997) ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่า รูปแบบ หมายถึงโครงสร้าง หรือ แบบจำลองที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นเพื่อแสดงความสัมพันธ์ ระหว่างหลักการพื้นฐานหรือ แนวคิดในการศึกษาซึ่งแสดงข้อความจำนวนหรือภาพทำให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์นั้นๆ และแสดงความสัมพันธ์ของลำดับขั้นตอนขององค์ประกอบต่าง ๆ ของรูปแบบนั้น ๆ อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ Keeves ยังได้แบ่งประเภทรูปแบบทางการศึกษาและสังคมศาสตร์ ไว้ 4 ประเภท คือ 1) Analogue Model เป็นรูปแบบที่ใช้การอุปมาอุปมัยเทียบเคียงปรากฏการณ์ซึ่งเป็นรูปธรรม 2) Semantic Model เป็นรูปแบบที่ใช้ภาษาเป็นสื่อในการบรรยาย หรืออธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยภาษา แผนภูมิหรือรูปภาพ เพื่อให้เห็นโครงสร้างทางความคิด องค์ประกอบ และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของปรากฏการณ์นั้น ๆ 3) Mathematical Model เป็นรูปแบบที่ใช้สมการทางคณิตศาสตร์ เป็นสื่อในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ และ 4) Causal Model เป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากเทคนิคที่เรียกว่า Path Analysis โดยการนำเอาตัวแปรต่าง ๆ มาสัมพันธ์กันเชิงเหตุและผลที่เกิดขึ้น สามารถใช้เป็นแนวทางการพยากรณ์ผลที่จะเกิดขึ้น สามารถถูกตรวจสอบได้และควรเป็นเครื่องมือในการสร้างมโนทัศน์ใหม่ของเรื่องที่กำลังศึกษา

2. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม

การพัฒนาหลักสูตร หมายถึง กระบวนการวางแผน การจัดทำ การนำไปใช้ ตลอดจนการประเมินหลักสูตร เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย (Tyler, 1975) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาหลักสูตรไว้ว่า หมายถึงการพัฒนาแผนสำหรับโปรแกรมการศึกษาซึ่งจะมีการกำหนดและการเลือกจุดมุ่งหมายทางการศึกษา การเลือกประสบการณ์การเรียนการจัดประสบการณ์การเรียนและการประเมินผลโปรแกรมการศึกษา โดยหลักเกณฑ์การคัดเลือกรายวิชาเพื่อนำไปจัดการเรียนการสอนระบบทวิภาคีตามคู่มือที่สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ประจำปี 2567 ที่กำหนดไว้ ตั้งแต่การคัดเลือกรายวิชาร่วมกับสถานประกอบการ การวิเคราะห์เนื้อหา การกำหนดจุดมุ่งหมาย การกำหนดการวัดและประเมินผล นอกจากนี้ งานวิจัยของ

(ธีราทร สมิทธิวาณิช และคณะ, 2568) เกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมในโครงการการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี ได้ชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จของการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมในสถานประกอบการนั้น จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์สมรรถนะร่วมกันระหว่างครูผู้สอนและครูฝึกในสถานประกอบการอย่างใกล้ชิด โดยการนำวิธีการเรียนรู้แบบปรับเหมาะ (Adaptive Learning) มาประยุกต์ใช้ในการจัดกระบวนการเรียนรู้ เพื่อลดช่องว่างระหว่างทฤษฎีในห้องเรียนกับการปฏิบัติงานจริงในภาคอุตสาหกรรม

3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี

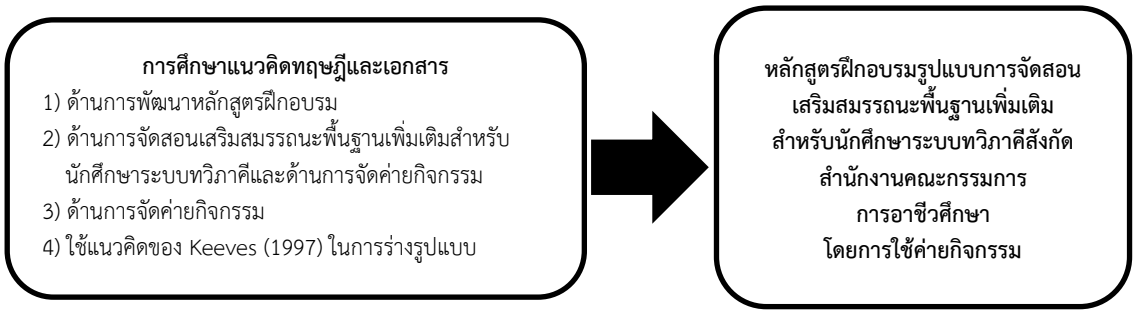
หลักของการสอนเสริมในการจัดการศึกษา ในแต่ละระดับ แต่ละสถานศึกษามีความแตกต่างกัน ไม่มีกำหนดวิธีการสอนเสริมไว้ในกฎหมาย ข้อบังคับหรือระเบียบว่าด้วยการจัดการเรียนการสอนแต่อย่างใด สำหรับการศึกษาสายอาชีพ ทางสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ได้ให้นโยบายสถานศึกษาในการจัดกิจกรรมเสริมที่ส่งเสริม ให้เกิดการเตรียมพร้อมกำลังคนฐานความรู้ (knowledge manpower) และให้มีสมรรถนะตามความต้องการของตลาดแรงงาน โดยเฉพาะนักศึกษาทวิภาคีที่มีโอกาสฝึกอาชีพ ได้รับประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติตามแผนฝึกอาชีพ (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2567)

4. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดค่ายกิจกรรม

ค่ายกิจกรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้ผู้เข้าร่วมได้รับประสบการณ์ตรงจากการลงมือปฏิบัติจริง ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย ทั้งกิจกรรมทางวิชาการ กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ กิจกรรมนันทนาการ และกิจกรรมพัฒนาทักษะชีวิต โดยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้ร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และพัฒนาศักยภาพของตนเองในด้านต่าง ๆ อย่างเป็นองค์รวม (มานพ ศรีเที่ยม และคณะ, 2563) อธิบายว่า กิจกรรมค่ายวิชาการเป็นกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติจริง และมีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น รวมทั้งเกิดความพึงพอใจต่อการเรียนรู้ในระดับสูง (อโณทัย พลเยี่ยม เพชรแสง, 2563) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมค่ายเป็นกระบวนการพัฒนาผู้เรียนที่ใช้กิจกรรมหลากหลายรูปแบบเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ ทักษะและประสบการณ์ของผู้เข้าร่วม โดยเน้นการมีส่วนร่วม การฝึกปฏิบัติ และการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง ซึ่งช่วยพัฒนาทั้งความรู้ ความสามารถและทักษะทางสังคมของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ แนวคิดค่ายกิจกรรมยังสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ซึ่งมุ่งให้ผู้เรียนมีบทบาทสำคัญในกระบวนการเรียนรู้ผ่านการคิด วิเคราะห์ อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และลงมือปฏิบัติจริง โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นช่วยให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองและสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

กรอบแนวคิดงานวิจัย

ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์จากแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อทำให้ได้ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม ด้านการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคีและด้านการจัดค่ายกิจกรรม ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย โดยแบ่งเป็น 7 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาองค์ประกอบรูปแบบของการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม

กลุ่มเป้าหมาย ใช้วิธีสัมภาษณ์โดยเป็นตัวแทนจากสถานประกอบการได้แก่ ผู้จัดการ หัวหน้างาน และครูฝึกในสถานประกอบการ จำนวน 15 คน และผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 4 คน โดยผู้รับการสัมภาษณ์ทั้ง 19 คนต้องมีประสบการณ์ในการดูแลหรือจัดการศึกษาระบบทวิภาคี อย่างน้อย 5 ปี ใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.8 - 1.00 ทุกข้อคำถาม และมีผลการประเมินความเหมาะสมในระดับมาก จากนั้นจึงทำการสังเคราะห์ข้อมูล (Data Synthesis) ในทุกประเด็นที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาและประเมินความเหมาะสมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม

กลุ่มเป้าหมาย ในการประเมินความเหมาะสมรูปแบบเป็นผู้เชี่ยวชาญจากสถานศึกษาและสถานประกอบการ จำนวน 9 คน ใช้เครื่องมือเป็นแบบประเมินด้านความเหมาะสม จำนวน 10 ข้อคำถาม ซึ่งในแต่ละข้อคำถามได้ผ่านการประเมินความเหมาะสมในการนำมาใช้เป็นคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน อยู่ในระดับมาก และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.8 - 1.00 ทุกข้อคำถาม จากนั้นจึงนำเครื่องมือที่สมบูรณ์มาใช้ประเมินในรูปแบบของการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ทั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และ การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม

กำหนดหลักสูตรฝึกอบรมเป็นรายหัวข้อ ผู้วิจัยนำหัวข้อมาวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์หัวข้อเรื่อง (Topic Analysis) เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม และใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมให้ครบถ้วนและเป็นระบบ

ขั้นตอนที่ 4 ประเมินหลักสูตรฝึกอบรมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม

กลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้เชี่ยวชาญจากสถานศึกษาอาชีวศึกษาและสถานประกอบการ จำนวน 9 คน ที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี ใช้เครื่องมือเป็นแบบประเมินความเหมาะสมของหลักสูตร จำนวน 12 ข้อคำถาม โดยสร้างข้อคำถามให้สอดคล้องกับโครงสร้างและเนื้อหาของหลักสูตรฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้น ซึ่งในแต่ละข้อคำถามได้ผ่านการประเมินความเหมาะสมในการนำมาใช้เป็นคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน อยู่ในระดับมากและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.8 - 1.00 ทุกข้อคำถาม จากนั้นจึงนำเครื่องมือที่ผ่านเกณฑ์มาใช้ประเมินหลักสูตรฯ กับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ขั้นตอนที่ 5 ทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม

นำหลักสูตรไปทดลองใช้ที่วิทยาลัยเทคโนโลยียานยนต์ มีผู้เข้าอบรม เป็นครูผู้สอน 18 คน หัวหน้างานฝ่ายวิชาการ 1 คนและหัวหน้างานฝ่ายวิชาชีพ 1 คน รวมผู้เข้ารับการฝึกอบรมจำนวนทั้งสิ้น 20 คน มีค่าคะแนนผลสัมฤทธิ์ภาคทฤษฎี E1/E2 เฉลี่ยร้อยละเท่ากับ 90.23/92.15 ค่าความเชื่อมั่น 0.75 ส่วนภาคปฏิบัติเฉลี่ยร้อยละเท่ากับ 85.11 ค่าความเชื่อมั่น 0.77 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดทั้ง 3 รายการและค่าความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ขั้นตอนที่ 6 นำหลักสูตรฝึกอบรมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการนำค่ายกิจกรรมไปใช้จริง

นำหลักสูตรไปใช้จริงที่วิทยาลัยเทคโนโลยีนนทบุรี มีผู้เข้าอบรม เป็นหัวหน้างานฝ่ายวิชาการ 1 คน หัวหน้างานฝ่ายวิชาชีพ 1 คน และครูผู้สอนสาขาเทคนิคยานยนต์ 4 คน รวมผู้เข้ารับการฝึกอบรมจำนวน 6 คน

ขั้นตอนที่ 7 ติดตามและประเมินผลการนำหลักสูตรฝึกอบรมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการนำค่ายกิจกรรมไปใช้จริง

กลุ่มเป้าหมายในการติดตามจากการไปใช้จริงได้แก่นักเรียนระบบทวิภาคีของวิทยาลัยเทคโนโลยีนนทบุรีที่เสร็จสิ้นจากการฝึกอาชีพในสถานประกอบการและกลับเข้ามาเรียนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมด้วยการเข้าค่ายกิจกรรม จำนวน 20 คน เครื่องมือติดตามและประเมินผลเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน ประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของ Likert เพื่อสอบถามความคิดเห็นในการดำเนินการตามรูปแบบ จำนวน 10 ข้อคำถาม ซึ่งในแต่ละข้อคำถามได้ผ่านการประเมินความเหมาะสมในการนำมาใช้เป็นคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ผลการประเมินอยู่ในระดับมาก และตรวจสอบคุณภาพผู้เชี่ยวชาญ 3 คน อยู่ในระดับมากและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.8 - 1.00 ทุกข้อคำถาม หลังจากนั้นนำผลจากข้อคำถามไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และการหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของรูปแบบที่ศึกษาและทำการสังเคราะห์จากคำสัมภาษณ์ควรประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ การวิเคราะห์ความต้องการ กรอบสมรรถนะพื้นฐาน การสอนเสริมโดยการใช้ค่ายกิจกรรม การประเมินผลหลังค่ายกิจกรรมหลักเกณฑ์การศึกษาระบบทวิภาคี และการสรุปผลรายงานผู้เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาและการประเมินรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม ปรากฏผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินความเหมาะสมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม (n=9)

รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1. การวิเคราะห์ความต้องการ			
1.1 สภาพปัญหา	3.67	0.50	มาก
1.2 สมรรถนะที่ต้องการพัฒนา	3.67	0.50	มาก
2. กรอบสมรรถนะพื้นฐาน			
2.1 กลุ่มวิชาชีพ	4.89	0.33	มากที่สุด
2.2 งานเทคนิคยานยนต์	3.56	0.53	มาก
3.การสอนเสริมโดยการใช้ค่ายกิจกรรม			
3.1 อาจารย์ผู้รับผิดชอบ	3.78	0.44	มาก
3.2 ผู้เรียนเป้าหมาย	3.67	0.50	มาก
3.3 กิจกรรมค่าย	3.56	0.53	มาก
4.การประเมินผลหลังค่ายกิจกรรม			
4.1 ภาคทฤษฎี	4.89	0.33	มากที่สุด
4.2 ภาคปฏิบัติ	4.89	0.33	มากที่สุด
5. การสรุปผลรายงานผู้เกี่ยวข้อง			
5.1 สถานศึกษา	4.56	0.53	มากที่สุด
5.2 สถานประกอบการ	4.67	0.50	มากที่สุด
6. หลักเกณฑ์การศึกษาระบบทวิภาคี			
6.1 แบบฟอร์มเอกสารต่างๆตามระเบียบ	4.35	0.48	มาก
รวม	4.18	0.46	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าความเหมาะสมของรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยการใช้ค่ายกิจกรรม มีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายการย่อยพบว่า การประเมินผลหลังค่ายกิจกรรม ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติมีรายการค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการพัฒนาหลักสูตร ผู้วิจัยได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมชื่อ หลักสูตรฝึกอบรมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมนักศึกษาระบบทวิภาคีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยการใช้ค่ายกิจกรรมประเมินหลักสูตรฝึกอบรม ประยุกต์ใช้แบบจำลองซิป (CIPP Model) ปรากฏผลตามลำดับดังนี้

ผลการประเมินบริบท (Context Evaluation : C) พบว่า ความเหมาะสมของหลักสูตรฝึกอบรมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และพบว่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างหัวเรื่องกับหลักสูตรฝึกอบรมทุกรายการ มีค่าดัชนีความสอดคล้องที่ 1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์กำหนด

ผลการประเมินปัจจัยเบื้องต้น (Input Evaluation: I) พบว่า ดัชนีความสอดคล้องในทุกรายการมีค่าดัชนีความสอดคล้องที่ 1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์กำหนด และค่าความเหมาะสมของแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีค่าความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการประเมินกระบวนการ (Process Evaluation : P) พบว่า ผลสัมฤทธิ์ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมจากภาคทฤษฎี มีคะแนนจากการทำแบบฝึกหัดร้อยละ 85.69 และมีคะแนนจากแบบทดสอบร้อยละ 84.80 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80 และมีคะแนนจากการปฏิบัติงานร้อยละ 86.65 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ร้อยละ 75 ตลอดจนผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการประเมินด้านผลผลิต (Product Evaluation : P) พบว่าผลการประเมินความคิดเห็นกลุ่มผู้เรียนที่เข้าร่วมค่ายกิจกรรมอยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า องค์ประกอบของรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ความต้องการ 2) กรอบสมรรถนะพื้นฐาน 3) การสอนเสริมโดยการใช้ค่ายกิจกรรม 4) การประเมินผลหลังค่ายกิจกรรม 5) หลักเกณฑ์การศึกษาระบบทวิภาคี และ 6) การสรุปผลรายงานผู้เกี่ยวข้อง นับเป็นองค์ประกอบที่สามารถตอบสนองการจัดการศึกษาเพื่อให้นักศึกษาสายอาชีพได้มีประสบการณ์ตรงต่อลักษณะงาน เติมเต็มช่องว่างสมรรถนะวิชาชีพเพื่อให้เกิดสมรรถนะวิชาชีพตามความต้องการของตลาดแรงงาน ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลักเกณฑ์และแนวทางส่งเสริมนโยบายการจัดการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มสมรรถนะให้กับนักศึกษาระบบทวิภาคีตามมาตรฐานการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีที่กำหนด รวมถึงได้นำข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ตรงมาวิเคราะห์องค์ประกอบฯ และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการจากผู้เกี่ยวข้อง ส่งผลทำให้องค์ประกอบของรูปแบบฯ ที่ได้ สามารถนำไปใช้

เป็นองค์ประกอบในการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพที่ตรงต่อลักษณะงานเฉพาะ ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนตรี สุขชุม และคณะ (2566) ที่ได้พัฒนารูปแบบการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีและพบว่า การนำรูปแบบการสอนเสริมโดยการใช้ค่ายกิจกรรมมาใช้ถือเป็นแนวทางสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างของสมรรถนะวิชาชีพ (Skill Gaps) ที่อาจเกิดขึ้นจากความแตกต่างของบริบท การฝึกอาชีพในสถานประกอบการแต่ละแห่ง ช่วยให้ผู้เรียนได้พัฒนาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานจริงอย่างครบถ้วน ส่งผลให้สามารถบรรลุสมรรถนะวิชาชีพตามมาตรฐานหลักสูตรและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยการใช้ค่ายกิจกรรม มีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากรูปแบบที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น คำนึงถึงความถูกต้องขององค์ประกอบหลักการและวิธีการสร้างรูปแบบอีกทั้งได้มีการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่มีประสบการณ์ตรง ตลอดจนศึกษาโครงสร้างรายวิชาชีพ ตามหลักเกณฑ์การจัดการศึกษาระบบทวิภาคีฯ ที่กำหนดเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบฯ ประเภท Semantic Model ซึ่งเป็นรูปแบบที่อธิบายให้เห็นภาพและองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (Structure Relationship) ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่ดีของการสร้างรูปแบบทางการศึกษาและสังคมศาสตร์ ภายใต้แนวคิดของ Keves (1988) จึงส่งผลทำให้รูปแบบฯ ที่พัฒนาขึ้น มีผลการประเมินความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ พงษ์สิลป์ รัตนอุดม (2565) ที่พัฒนารูปแบบนวัตกรรมการบริหารจัดการการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ซึ่งพบว่ารูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีผลการประเมินด้านความถูกต้องความเหมาะสมความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบได้รับการตรวจสอบและประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปใช้จริง ส่งผลให้รูปแบบมีความสอดคล้องกับสภาพการดำเนินงานและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า หลักสูตรฝึกอบรมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรมได้ผลการประเมินประสิทธิภาพในขั้นตอนการนำหลักสูตรไปใช้จริง (Implementation) ได้ผลสัมฤทธิ์ภาคทฤษฎี E1/E2 มีค่าคะแนนเฉลี่ยร้อยละเท่ากับ 85.69/84.80 ภาคปฏิบัติมีค่าคะแนนเฉลี่ยร้อยละเท่ากับ 86.65 ตลอดจนผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้วิจัยได้เริ่มต้นออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมโดยเริ่มจากการวิเคราะห์หัวข้อเรื่อง (Topic Analysis) เพื่อให้ได้หัวข้อหลัก และหัวข้อย่อยแล้วนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมแบบฝึกหัด แบบทดสอบและกำหนดวิธีการสอน มีสื่อประกอบการฝึกอบรมที่ทันสมัยกระตุ้นความสนใจให้กับผู้เรียน นอกจากนี้วิทยากรผู้บรรยายเป็นผู้มีความรู้และมีประสบการณ์ตรงในวิชาชีพสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหาเป็นอย่างดีและตรงประเด็น ทั้งนี้ผู้เข้ารับการอบรมได้นำทักษะความรู้กลับไปดำเนินรูปแบบในสถานศึกษาโดยการจัดค่ายกิจกรรมให้กับผู้เรียน ซึ่งมีผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้รับผิดชอบการสอนเสริม ดำเนินการเป็นไปตามข้อกำหนดของหลักสูตรอาชีวศึกษาที่ตรงตามรายวิชาที่เรียน มีการออกแบบการสอนเสริมโดยใช้ค่ายกิจกรรมที่ผ่าน

การร่วมการสังเคราะห์และร่วมกันออกแบบจากครูผู้สอนที่สอดคล้องกับรายวิชาและจัดทำเป็นฐานกิจกรรมให้ผู้เรียน ส่งผลให้ผู้เรียนมีโอกาสทำงานเป็นกลุ่ม ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีความสามารถในการเชื่อมโยงความรู้เดิมรู้จักแก้ปัญหา สามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ในเนื้อหาต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ ซึ่งเป็นไปตามหลักการจัดค่ายกิจกรรมที่นอกจากความรู้แล้วควรส่งเสริมให้ผู้เข้าค่ายกิจกรรมมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รู้จักคิดและรู้จักสามารถนำเอาความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wilson & Sibthorp (2018) ที่พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่เอื้อต่อการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงในการอยู่ค่ายร่วมกันคือบทบาทของผู้สอนและตารางกิจกรรมที่ชัดเจนจะสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ และเหตุผลอีกประการหนึ่งคือ การออกแบบกิจกรรมการสอนเสริมในค่ายที่สถานศึกษาปฏิบัติได้ออกแบบการจัดการเรียนรู้โดยให้ผู้เรียนที่มีความถนัดต่างกันได้มาอยู่กลุ่มเดียวกันเกิดการเรียนรู้แบบช่วยเหลือกัน จึงช่วยส่งเสริมบรรยากาศในการเรียนได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ รวมถึงสอดคล้องกับการศึกษาของ เชาวฤทธิ์ ลำพาย และคณะ (2568) ที่พบว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน ส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้เชิงลึก สามารถเชื่อมโยงความรู้เดิมกับสถานการณ์ใหม่ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง ซึ่งสนับสนุนผลการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าการจัดสอนเสริมโดยใช้ค่ายกิจกรรมช่วยให้ผู้เรียนได้ทำงานร่วมกัน เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง ส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ทักษะการปฏิบัติ และความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมอยู่ในระดับสูงตามเกณฑ์ที่กำหนด

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับองค์ความรู้จากการวิจัยที่สามารถสรุป เป็นแผนภาพที่ 2



แผนภาพที่ 2 องค์ความรู้การจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม

องค์ความรู้ใหม่คือการบริหารและการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี โดยพัฒนา “การจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมโดยการใช้ค่ายกิจกรรม” (Activity-Based Supplementary Competency Enhancement Model for Dual Vocational Education) เพื่อใช้เป็นกลไกในการลดช่องว่างสมรรถนะ (Competency Gap) ที่เกิดจากความแตกต่างของบริบทการฝึกอาชีพในสถานประกอบการแต่ละแห่ง ซึ่งเป็นการพัฒนาสมรรถนะผู้เรียนระบบทวิภาคีให้มีความครบถ้วนตามมาตรฐานวิชาชีพ ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการฝึกในสถานประกอบการเพียงอย่างเดียวแต่สามารถใช้ “ค่ายกิจกรรมเชิงสมรรถนะ” (Competency-Based Activity Camp) เป็นเครื่องมือเสริมเพื่อเติมเต็มสมรรถนะที่ผู้เรียนยังขาดได้อย่างเป็นระบบ โดยอาศัยกระบวนการ 6 องค์ประกอบที่เชื่อมโยงกัน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น (Needs Analysis) 2) การกำหนดกรอบสมรรถนะพื้นฐาน (Basic Competency Framework) 3) การจัดการเรียนรู้ผ่านค่ายกิจกรรม (Activity-Based Camp Learning) 4) การประเมินผลหลังการเข้าค่าย (Post-Camp Evaluation) 5) การบูรณาการกับหลักเกณฑ์การจัดการศึกษาระบบทวิภาคี (Dual Education Compliance) และ 6) การสรุปผลและรายงานต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Reporting)

สาระสำคัญของรูปแบบนี้ คือ การเปลี่ยนแนวคิดจาก “การสิ้นสุดการเรียนรู้เมื่อสิ้นสุดการฝึกอาชีพ” ไปสู่ “การพัฒนาสมรรถนะอย่างต่อเนื่องหลังการฝึกอาชีพ” โดยใช้ข้อมูลช่องว่างสมรรถนะที่เกิดขึ้นจริงเป็นฐานในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เพิ่มเติม ส่งผลให้ผู้เรียนได้รับการพัฒนาสมรรถนะอย่างตรงจุดและสามารถยกระดับสมรรถนะให้เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกันได้ รวมทั้งส่งเสริมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การทำงานเป็นทีม และการพัฒนาทักษะวิชาชีพในบริบทจริง ส่งผลให้เกิดการฟื้นคืนความรู้ (Recalled Knowledge) การประยุกต์ใช้ความรู้ (Applied Knowledge) และการถ่ายโอนความรู้สู่การปฏิบัติงานจริง (Transferred Knowledge) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ งานวิจัยยังเสนอแนวคิดใหม่ว่า “ค่ายกิจกรรม” ไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมเสริมหลักสูตร แต่สามารถพัฒนาเป็นกลไกเชิงระบบในการบริหารจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี เพื่อสร้างมาตรฐานสมรรถนะผู้เรียนให้เท่าเทียมกัน แม้จะได้รับประสบการณ์ฝึกอาชีพจากสถานประกอบการที่มีบริบทแตกต่างกัน ซึ่งเป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาคุณภาพกำลังคนอาชีวศึกษาที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและภาคอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 21

สรุปผล

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม มีส่วนสำคัญให้สถานศึกษามีวิธีในการบริหารจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาศักยภาพนักศึกษาระบบทวิภาคีที่ต้องมีการฝึกอาชีพในสถานประกอบการเพื่อสร้างประสบการณ์จริงและเรียนในสถานศึกษาให้ครบตามเกณฑ์หลักสูตรกำหนด เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาสายอาชีพตามจุดเน้นการจัดการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการโดยสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา การจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานโดยการใช้ค่ายกิจกรรมสามารถนำไปปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม การออกแบบค่ายกิจกรรมสามารถออกแบบได้หลากหลายให้สอดคล้องกับประเภทวิชาและสาขางาน ที่ต้องการแก้ปัญหาหรือ

ต้องการพัฒนาให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดียิ่งขึ้น การจัดสอนเสริมโดยใช้กิจกรรมค่ายที่มีคุณภาพจะมองเห็นการเชื่อมโยงการบูรณาการระหว่างสถานศึกษาและสถานประกอบการ ซึ่งจะเป็นการสร้างความร่วมมือเพื่อการพัฒนาการศึกษาสายอาชีพได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

สถานศึกษาอาชีวศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ควรนำหลักสูตรฝึกอบรมรูปแบบการจัดสอนเสริมสมรรถนะพื้นฐานเพิ่มเติมสำหรับนักศึกษาระบบทวิภาคีสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการใช้ค่ายกิจกรรม ไปประยุกต์ใช้ตามบริบทให้สอดคล้องกับรายวิชาที่จัดการเรียนการสอนระบบทวิภาคี

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ ได้ข้อค้นพบองค์ประกอบเกี่ยวกับการจัดสอนเสริมและได้นำมาจัดทำเป็นคู่มือหลักสูตรโดยได้ยกตัวอย่างสายอุตสาหกรรมด้านงานยานยนต์หลายประเด็นซึ่งสถานศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนได้ โดยควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกรายวิชาในการนำไปจัดฝึกอาชีพในสถานประกอบการและนำกลับมาจัดสอนเสริมสมรรถนะเพิ่มเติมในสถานศึกษาสำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับสาขางานด้านบริหารธุรกิจ เพื่อศึกษาความแตกต่างให้เกิดการพัฒนาอย่างหลากหลายต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *พระราชบัญญัติการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2551*. โรงพิมพ์สำนักเลขาธิการคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.

กรมส่งเสริมการเรียนรู้. (2567). *แนวทางการจัดการเรียนรู้หลักสูตรส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อคุณวุฒิตามระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2567 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ* http://chan.nfe.go.th/nayayarm/UserFiles/File/Learning2567.pdf

เชาวฤทธิ์ ลำพาย, สุภาดา คำตา และสุนทรผไท จันทระ. (2568). การพัฒนารูปแบบการบริหารสถานศึกษาแบบมีส่วนร่วมผ่านเครือข่ายความร่วมมือ “RCN Model” เพื่อส่งเสริมการเรียนต่อสายอาชีวศึกษา. *วารสารวิจัยและนวัตกรรมการอาชีวศึกษา, 9*(2), 180-191.

ธีราทร สมิทธิวาณิช และคณะ. (2568). รูปแบบการพัฒนาวิทยากรผู้ช่วยฝึกอบรมครูฝึกในสถานประกอบการโดยวิธีการเรียนรู้แบบปรับเหมาะ: กรณีศึกษาสถานประกอบการในโครงการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา, 15*(3), 1554–1569.

มนตรี สุขชุม, วีระวัฒน์ พัฒนกุลชัย และภูมิภควัธจ์ ภูมพงศ์คชศร. (2566). การพัฒนารูปแบบการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ประเภทช่างอุตสาหกรรม สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 5*(1), 233-240.

มานพ ศรีเทียม, ศุภรดา สุขประเสริฐ และอมรา ศรีแก้ว. (2563). การพัฒนาทักษะการอ่านและการเขียนภาษาไทย โดยใช้กิจกรรมค่ายวิชาการ ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา โรงเรียนบ้าน

ชัยภูมิ จังหวัดกำแพงเพช. *วารสารครุศาสตร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, (5)*10, 95–104.

พงศ์สิลป์ รัตนอุดม. (2565). รูปแบบนวัตกรรมการบริหารจัดการการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีวิทยาลัยการอาชีพกาญจนาภิเษกหนองจอก. *วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา, 16*(1), 58-75.

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2567). *คู่มือการดำเนินการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี ประจำปี 2567.* กระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2567). *หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง พุทธศักราช 2567.* กระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580.* http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2564). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการจัดอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี เพื่อตอบสนองการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษา.* ทริปเพิ้ลกรุ๊ป.

อโณทัย พลเยี่ยม เพชรแสง. (2563). การพัฒนาทักษะผู้นำกิจกรรมค่ายภาษาอังกฤษสำหรับผู้ครูผู้สอนภาษาอังกฤษในระดับชั้นประถมศึกษา. *Silpakorn University e-Journal (Social Sciences, Humanitites, and Arts), 40*(3), 12-24.

Keeves, P. J. (1997). *Educational research methodology and measurement: An international handbook.* Pergamon Press.

Tyler, R. W. (1975). *Basic principles of curriculum and instruction.* University of Chicago Press.

Wilson, C., & Sibthorp, J. (2018). Examining the role of summer camps in developing academic and workplace readiness. *Journal of Youth Development, 13*(1-2), 83–104.

อิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาสิ่งแวดล้อมต่อภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีศึกษาวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์

THE INFLUENCE OF PERCEIVED GREEN SPORT EVENTS ON DESTINATION IMAGE AND SPORT TOURISM INTENTION: A CASE STUDY OF TRAIL RUNNING AT DOI INTHANON NATIONAL PARK, THAILAND

สุรสิทธิ์ อุดมธนวงศ์* และสิญาธร นาคพิน
Surasit Udomthanavong and Siyatorn Nakpin
คณะการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration
*Corresponding Author E-mail: surasit53@gmail.com
Received January 6, 2026; **Revised** June 7, 2026; **Accepted** June 7, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ 2) ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ปลายทางและความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรภายใต้กรอบแนวคิดเชิงพฤติกรรม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรลในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติอนุมานด้วยการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีระดับการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยเฉพาะภาพลักษณ์ปลายทางทั้งในมิติด้านการรับรู้และด้านความรู้สึก และ 2) การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ปลายทาง และภาพลักษณ์ปลายทางมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา แต่ส่งผลทางอ้อมผ่านภาพลักษณ์ปลายทางอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยสะท้อนว่าภาพลักษณ์ปลายทางเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอดผลของประสบการณ์กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา อันเป็นองค์ความรู้ที่ช่วยขยายความเข้าใจด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม, ภาพลักษณ์ปลายทาง, ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา, กิจกรรมวิ่งเทรล, ดอยอินทนนท์

Abstract

This article aimed to 1) examine the levels of perceived green sport events, destination image, and sport tourism intention, and 2) investigate the influence of perceived green sport events on destination image and sport tourism intention by analyzing the causal relationships among variables within a behavioral framework. This study employed a quantitative research approach using a survey method. The sample consisted of 300 participants in a trail running event held in Doi Inthanon National Park, Chiang Mai Province, selected through purposive sampling. The research instrument was a structured questionnaire developed based on relevant concepts, theories, and previous studies. The data were analyzed using descriptive statistics and structural equation modeling. The results revealed that 1) participants reported high to very high levels of perceived green sport events, destination image, and sport tourism intention, with destination image—particularly its cognitive and affective dimensions—showing the highest levels of perception and 2) perceived green sport events had a significant direct effect on destination image, while destination image exerted a significant direct effect on sport tourism intention. However, perceived green sport events did not have a significant direct effect on sport tourism intention, but demonstrated a significant indirect effect through destination image. These findings indicate that destination image plays a critical role as a psychological mechanism that translates participants' perceptions of green sport event experiences into behavioral intentions related to sport tourism. The study contributes new insights into sport tourism development in natural settings by emphasizing the importance of destination image in linking environmentally friendly sport activities with tourists' future behavioral intentions, thereby supporting the sustainable development of sport tourism destinations.

Keywords: perceived green sport events, destination image, sport tourism intention, trail running, Doi Inthanon

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยมีบทบาทในการสร้างรายได้ การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ควบคู่กับการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และการส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวต้องเผชิญกับความท้าทายสำคัญจากทั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและวิกฤตการณ์ระดับโลก โดยเฉพาะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อรูปแบบการเดินทาง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตลอดจนต้นทุนในการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ

ในพื้นที่ที่พึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเป็นฐานหลักของการท่องเที่ยว (กรรณิการ์ พานิชวงศ์ และอิสรีย์ ชวนะพาณิชย์, 2566) ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วโลกได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน โดยให้ความสำคัญกับสุขภาพ การออกกำลังกาย และกิจกรรมกลางแจ้งมากขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) กลายเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวเชิงกีฬามีลักษณะเฉพาะที่ผสมผสานกิจกรรมกีฬาเข้ากับการเดินทางท่องเที่ยว และมีศักยภาพในการสร้างรายได้สูง เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักมีระยะเวลาพำนักยาวนาน มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูง และมีแนวโน้มเดินทางเป็นกลุ่ม โดยเฉพาะกิจกรรมกีฬากลางแจ้งในพื้นที่ธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการดูแลสุขภาพและแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Hinch & Higham, 2011; Gibson, 2018)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อย่างรุนแรง ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวหดตัว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวนมากต้องปิดตัวลง เกิดผลกระทบเป็นวงกว้าง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) อย่างไรก็ตาม จังหวัดเชียงใหม่ยังคงมีศักยภาพสูงด้านทรัพยากรธรรมชาติและกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง โดยเฉพาะกิจกรรมวิ่งเทรลในพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ และสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมกีฬาเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติได้อย่างชัดเจน (Higham & Hinch, 2018) แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและกิจกรรมกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติจะได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การจัดกิจกรรมดังกล่าวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติซึ่งมีความอ่อนไหวด้านทรัพยากรธรรมชาติ จำเป็นต้องอาศัยแนวทางการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงความยั่งยืนในระยะยาว งานวิจัยด้านกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของผู้จัดงานมีบทบาทสำคัญต่อการประเมินคุณค่า ความน่าเชื่อถือ และคุณภาพของกิจกรรมกีฬา โดยเฉพาะกิจกรรมกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ (McCullough, Pfahl, & Nguyen, 2016)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่ายังมีงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทกิจกรรมวิ่งเทรลในประเทศไทยไม่มาก โดยเฉพาะการศึกษาความสัมพันธ์เชิงบูรณาการระหว่างการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา งานวิจัยส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นการศึกษาผลของกิจกรรมกีฬา หรือภาพลักษณ์ปลายทางต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะเชิงเดี่ยว เช่น ความตั้งใจกลับมาเยือนหรือการบอกต่อ โดยยังขาดการทดสอบบทบาทของภาพลักษณ์ปลายทางในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผ่านอิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างเป็นระบบ (Chen & Phou, 2013; Li, Stylidis, Shani &Belhassen, 2017)

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาอิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ปลายทางและความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา กรณีศึกษากิจกรรมวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์ เพื่อเติมเต็มช่องว่างเชิงวิชาการดังกล่าว และสร้างองค์ความรู้ที่อธิบายกลไกเชิงสาเหตุระหว่างกิจกรรมกีฬา สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวในบริบทพื้นที่ธรรมชาติของประเทศไทยที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

การทบทวนวรรณกรรม

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกิจกรรมกีฬาที่เชื่อมโยงกับแนวคิดความยั่งยืนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม งานวิจัยด้าน Sport Tourism ระบุว่ากิจกรรมกีฬาในธรรมชาติไม่เพียงสร้างประสบการณ์ด้านสุขภาพและการผจญภัยเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้แก่พื้นที่ปลายทาง (Hinch & Higham, 2011; Gibson, 2018) แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับการขยายตัวของกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม (Green Sport Activities) ซึ่งมุ่งลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ และส่งเสริมพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม นักวิชาการด้านการจัดการกีฬาได้อธิบายว่า กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมคือการบูรณาการแนวคิดความยั่งยืนเข้าไปในทุกขั้นตอนของการจัดกิจกรรม ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน ไปจนถึงการติดตามผลหลังจบกิจกรรม โดยแนวคิดดังกล่าวสะท้อนความพยายามของอุตสาหกรรมกีฬาในการตอบสนองต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการของเสีย การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก งานศึกษาจำนวนมากชี้ว่ากิจกรรมกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติ เช่น การวิ่งเทรล หรือกีฬาผจญภัย มีศักยภาพสูงในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้เข้าร่วมกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเอื้อต่อการปลูกฝังจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ในระยะยาว (Casper, Pfahl, & McCullough, 2014)

ในบริบทของการท่องเที่ยว แนวคิดการรับรู้ของนักท่องเที่ยว (Perception) ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางเพื่ออธิบายกลไกภายในที่เชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้าจากกิจกรรมหรือปลายทาง กับพฤติกรรมการตัดสินใจของบุคคล การรับรู้หมายถึงกระบวนการที่บุคคลเลือก ตีความ และให้ความหมายต่อข้อมูลหรือประสบการณ์ที่ได้รับ โดยอาศัยพื้นฐานด้านประสบการณ์ ความรู้ และทัศนคติส่วนบุคคล (Schiffman & Wisenblit, 2015) ในบริบทของกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม การรับรู้ของผู้เข้าร่วมมีบทบาทสำคัญต่อการประเมินคุณค่าของกิจกรรม ความน่าเชื่อถือของผู้จัด และความรู้สึกมีส่วนร่วมต่อเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม (McCullough, Pfahl, & Nguyen, 2016) ที่ผ่านมามีการศึกษาถึงการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่มิได้เกิดจากการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์เพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้เข้าร่วมสัมผัสได้จริง เช่น การจัดการขยะ การใช้ทรัพยากรน้ำและพลังงาน การออกแบบเส้นทางการแข่งขัน และการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม (Kellison & Hong, 2015) การรับรู้เหล่านี้ก่อให้เกิดทั้งการประเมินเชิงเหตุผลและการตอบสนองทางอารมณ์ ซึ่งสามารถส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในระยะยาว โดยเฉพาะความตั้งใจกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมหรือเดินทางกลับมายังพื้นที่ปลายทางเดิม

แนวคิดภาพลักษณ์ปลายทาง (Destination Image) เป็นสิ่งที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งหมายถึง ภาพรวมของความเชื่อ ความรู้สึก และ

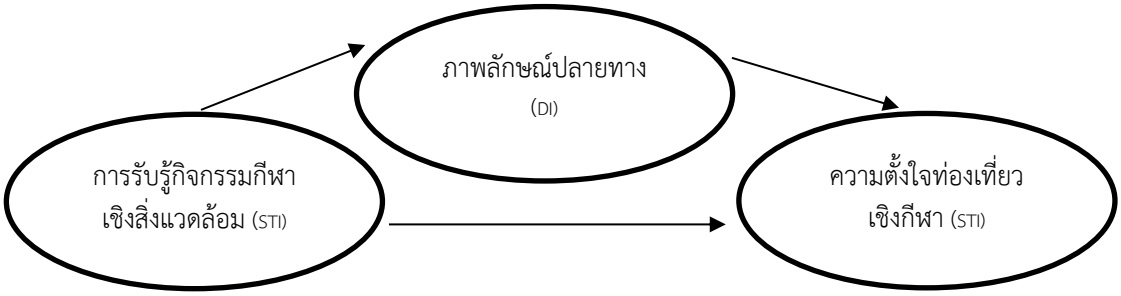
การประเมินที่นักท่องเที่ยวมีต่อพื้นที่หนึ่ง ซึ่งเกิดจากทั้งข้อมูลที่ได้รับล่วงหน้าและประสบการณ์ตรง (Echtner & Ritchie, 1991; Pike, 2002) นักวิชาการจำนวนมากยอมรับว่า ภาพลักษณ์ปลายทางประกอบด้วยองค์ประกอบด้านการรับรู้เชิงเหตุผล (Cognitive Image) และด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Image) ซึ่งทำหน้าที่หล่อหลอมไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม เช่น ความตั้งใจกลับมาเยือนหรือการบอกต่อ (Gartner, 1993; Stylidis, Shani & Belhassen, 2017) ในบริบทของกิจกรรมกีฬาในธรรมชาติ งานวิจัยชี้ว่าการรับรู้ว่าปลายทางมีความสวยงาม ท้าทาย และมีการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกทั้งในมิติด้านเหตุผลและอารมณ์ (Chen & Phou, 2013) ภาพลักษณ์ดังกล่าวมีบทบาทเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์จากกิจกรรมกีฬาและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งมักให้ความสำคัญกับคุณภาพของพื้นที่ธรรมชาติและความยั่งยืนของกิจกรรมที่เข้าร่วม

ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism Intention) เป็นการสะท้อนแนวโน้มพฤติกรรมการเดินทางในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหมายถึง ระดับความพร้อมและแรงจูงใจภายในของบุคคลที่จะเข้าร่วมกิจกรรมหรือเดินทางไปยังปลายทางหนึ่ง ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการประเมินทั้งด้านเหตุผลและอารมณ์ (Ajzen, 1991) งานศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาพบว่า ภาพลักษณ์ปลายทางและการรับรู้คุณค่าของกิจกรรมกีฬาเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความตั้งใจกลับมาเยือนและการแนะนำต่อผู้อื่น (Wicker, Hallmann, & Zhang, 2012)

แนวคิด S-O-R อธิบายว่า สิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อมหรือกิจกรรมที่บุคคลได้รับรู้ (Stimulus) จะส่งผลต่อกระบวนการภายในของบุคคล (Organism) ซึ่งสะท้อนออกมาในรูปของการประเมิน การรับรู้ และความรู้สึก ก่อนนำไปสู่การตอบสนองทางพฤติกรรม (Response) (Mehrabian & Russell, 1974) สำหรับการตอบสนอง (Response) งานวิจัยนี้กำหนดให้ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ซึ่งเสนอว่า ความตั้งใจเป็นตัวทำนายพฤติกรรมที่สำคัญที่สุดของบุคคล (Ajzen, 1991)

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยนี้พัฒนาขึ้นจากการบูรณาการแนวคิดเชิงพฤติกรรมและจิตวิทยาการท่องเที่ยว (Stimulus–Organism–Response: S-O-R) เป็นฐานในการอธิบายกลไกเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เพื่ออธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทกิจกรรมวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ดังแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ปลายทางและความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยใช้กรณีศึกษาผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์ เป็นบริบทของการศึกษา การออกแบบการวิจัยมุ่งเน้นการอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรผ่านการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์ ซึ่งเป็นผู้เข้าร่วมการแข่งขันจริงในรายการดังกล่าว จำนวน 1,000 คน กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก คือ เป็นผู้ที่เข้าร่วมการแข่งขันในระยะอินทนนท์ 20 และอินทนนท์ 50 ซึ่งการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างพิจารณาตามหลักเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ซึ่งนักวิชาการเสนอว่าควรมีจำนวนตัวอย่างไม่น้อยกว่า 200 ตัวอย่าง และอยู่ในช่วง 15–20 ตัวอย่างต่อหนึ่งพารามิเตอร์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ (Comrey & Lee, 1992; Kline, 2023) การศึกษานี้มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 17 ตัวแปร งานวิจัยนี้จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามประกอบด้วยส่วนข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา และส่วนมาตรวัดตัวแปรหลัก ได้แก่ การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยข้อคำถามในส่วนมาตรวัดคะแนนอันตรภาคชั้นทั้ง 5 ระดับ การพัฒนาแบบสอบถามดำเนินการโดยการดัดแปลงข้อคำถามจากงานวิจัยที่ได้รับการยอมรับ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทกิจกรรมวิ่งเทรลในประเทศไทย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดำเนินการทั้งด้านความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ด้วยดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ซึ่งพบว่า ทุกข้อคำถามมีค่าอยู่มากกว่า 0.5 ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นภายในของเครื่องมือ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s alpha) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.920 แสดงถึงความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในระดับสูง หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการในช่วงระยะเวลาการจัดกิจกรรมวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์ โดยผู้วิจัยได้รับอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้จัดกิจกรรมในการแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขัน หลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนแล้ว ข้อมูลทั้งหมดถูกนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และทำการทดสอบสมมติฐานและวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (SEM) โดยใช้โปรแกรม Smart PLS 4.0

ในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้ยึดถือหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์อย่างเคร่งครัด โดยให้ความสำคัญกับความสมัครใจในการตอบแบบสอบถาม การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และการใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย รวมทั้งหมด 17 ตัวแปรมาตรวัดโดยการนำเสนอเป็นค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของค่าเฉลี่ย สรุปผลการวิเคราะห์ตัวแปรได้แต่ละตัวได้ ดังนี้

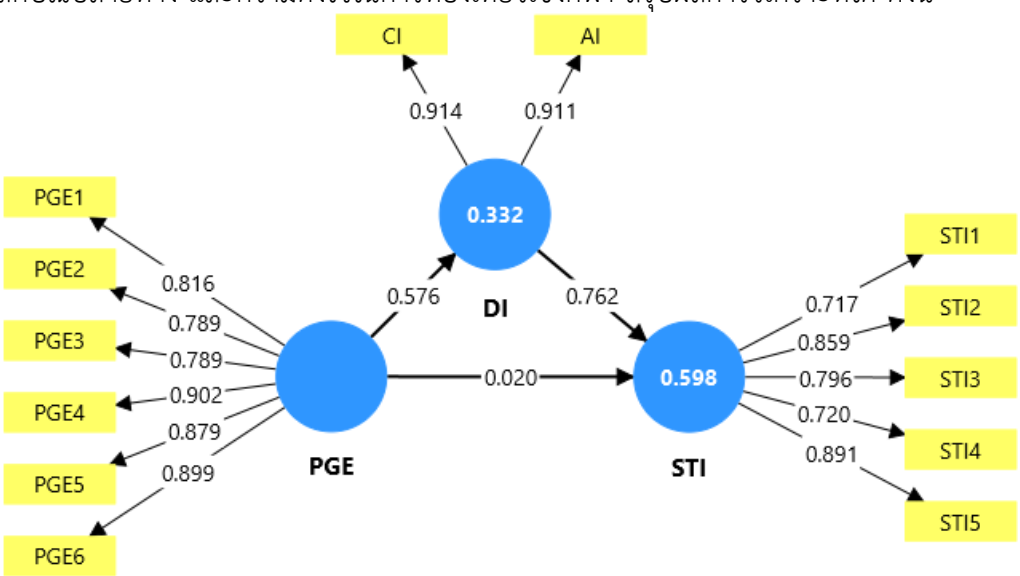
1) การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม มีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยในระดับมาก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยที่ 4.14 ซึ่งพบว่า กิจกรรมนี้มีการจัดการขยะและลดการใช้วัสดุพลาสติกอย่างเหมาะสม รวมถึงมีการสื่อสารรณรงค์ให้ผู้เข้าร่วมตระหนักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2) ภาพลักษณ์ปลายทางด้านการรับรู้ มีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยที่ 4.49 ซึ่งพบว่า พื้นที่จัดงานมีภูมิทัศน์ที่สวยงามและน่าท่องเที่ยว พื้นที่จัดกิจกรรมมีความสะอาดและมีสิ่งแวดล้อมที่ดี

3) ภาพลักษณ์ปลายทางด้านความรู้สึก มีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยที่ 4.43 ซึ่งพบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรู้สึกผ่อนคลายและมีชีวิตชีวาเมื่ออยู่พื้นที่แห่งนี้

4) ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีระดับความคิดเห็นที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยที่ 4.43 ซึ่งพบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมตั้งใจจะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักมาเที่ยวที่ดอยอินทนนท์และจังหวัดเชียงใหม่ แม้ว่าไม่มีกิจกรรมวิ่งเทรลจะตั้งใจมาเที่ยวเชียงใหม่อีก

วัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า อิทธิพลของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์

ตาราง 1 แสดงอิทธิพลของบุพปัจจัย (antecedents) ที่มีผลต่อตัวแปรตาม (dependent variable)

ตัวแปรตาม	R^2	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ	
			การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม	ภาพลักษณ์ปลายทาง
ภาพลักษณ์ปลายทาง	0.332	DE	0.576	N/A
		IE	N/A	N/A
		TE	0.576	N/A
ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา	0.598	DE	0.020	0.762
		IE	0.439	N/A
		TE	0.459	0.762

หมายเหตุ : DE = Direct effect, IE = Indirect effect, TE = Total effect, N/A = not applicable,

จากแผนภาพที่ 2 และตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง พบว่า การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.576 และ 0.020 ตามลำดับ ภาพลักษณ์ปลายทาง มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.762 และการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผ่านภาพลักษณ์ปลายทาง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.439 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางโดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.459 และมีค่า R^2 เท่ากับ 0.598 สรุปภาพรวมของการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 59.80

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ตัวแปรทั้งการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม และภาพลักษณ์ปลายทาง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ตัวแปรการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางอ้อมกับความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่งผ่านภาพลักษณ์ปลายทาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 เช่นเดียวกัน ส่วนการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญ ดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

	สมมติฐาน	coefficientcy	t-stat	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1	การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกกับภาพลักษณ์ปลายทาง (PEG-> DI)	0.576	10.117**	สนับสนุน
H2	การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา (PEG-> STI)	.020	0.485	ไม่สนับสนุน

ตาราง 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

	สมมติฐาน	coefficientcy	t-stat	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H3	ภาพลักษณ์ปลายทางมีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา (DI-> STI)	0.762	20.914**	สนับสนุน
H4	การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางอ้อมกับความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาส่งผ่านภาพลักษณ์ปลายทา (PEG-> DI-> STI)	0.439	9.720**	สนับสนุน

หมายเหตุ ** หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < 0.01$) ($t\text{-value} \geq 2.576$)

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรล ดอยอินทนนท์ มีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยเฉพาะภาพลักษณ์ปลายทางทั้งในมิติด้านการรับรู้และด้านความรู้สึก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงกว่าตัวแปรอื่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพื้นที่อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่น มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการพักผ่อนและการทำกิจกรรมกลางแจ้ง ประกอบกับการจัดกิจกรรมวิ่งเทรลที่คำนึงถึงการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการขยะ การลดการใช้วัสดุพลาสติก และการสื่อสารรณรงค์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมเกิดการประเมินเชิงบวกต่อทั้งกิจกรรมและพื้นที่ปลายทาง ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าประสบการณ์ที่ผู้เข้าร่วมได้รับจากกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ธรรมชาติ ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงมิติของการออกกำลังกายหรือการแข่งขันเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการรับรู้คุณค่าของสิ่งแวดล้อมและความรู้สึกผูกพันกับพื้นที่ปลายทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hinch & Higham (2011), Gibson (2018) ที่ระบุว่าการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ธรรมชาติสามารถสร้างคุณค่าทางจิตใจและอารมณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้ง ในส่วนของความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา พบว่าผู้เข้าร่วมมีความตั้งใจกลับมาเยือนและแนะนำพื้นที่ดอยอินทนนท์และจังหวัดเชียงใหม่ให้แก่ผู้อื่น แม้ในกรณีที่ไม่มีกิจกรรมวิ่งเทรล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะภาพลักษณ์ปลายทางเชิงบวกที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ตรงในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดภาพลักษณ์ปลายทางของ Echtner & Ritchie (1991) และงานวิจัยของ Chen & Phou (2013) ที่ว่าภาพลักษณ์ปลายทางที่ดีสามารถส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคตได้อย่างมีนัยสำคัญ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ปลายทาง ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 (H1) อาจเป็นเพราะการรับรู้ว่าการจัดกิจกรรมวิ่งเทรลมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดการขยะ การลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ และการสื่อสารด้านการอนุรักษ์ ช่วยเสริมสร้างการประเมินเชิงบวกต่อพื้นที่ปลายทางในมุมมองของผู้เข้าร่วมกิจกรรม สอดคล้องกับงานของ Mair & Laing (2012) ที่ว่าการจัดกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม

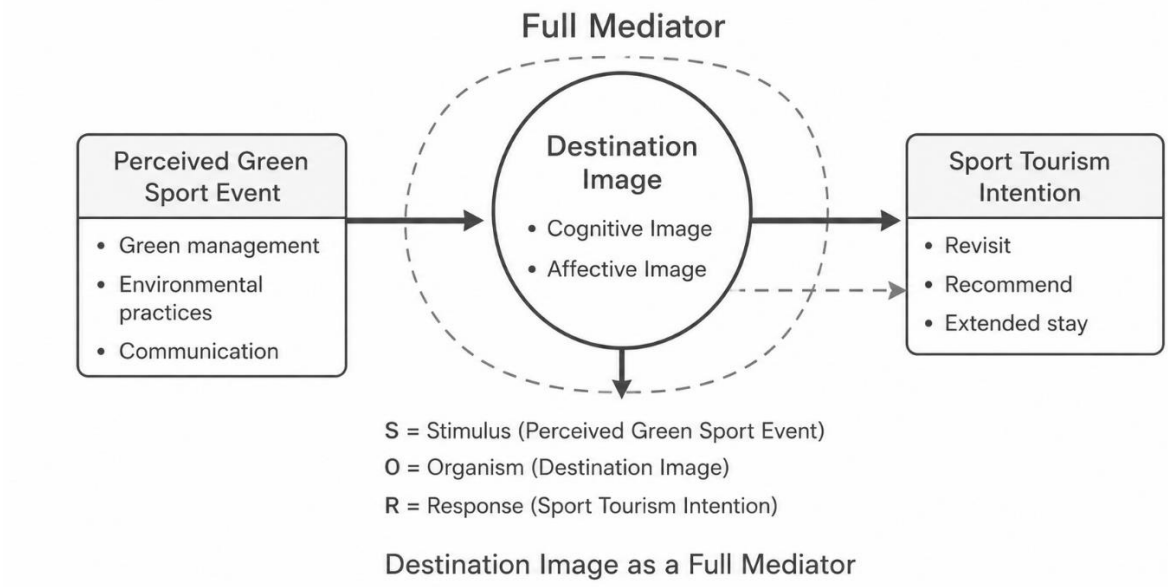
สามารถยกระดับการรับรู้คุณค่าและภาพลักษณ์ของพื้นที่หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องได้ ในส่วนของภาพลักษณ์ปลายทางมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 3 (H3) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะภาพลักษณ์ปลายทางทั้งในมิติด้านการรับรู้เชิงเหตุผลและด้านอารมณ์ความรู้สึก มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรมในอนาคตของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในบริบทการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งผู้เข้าร่วมให้ความสำคัญกับคุณภาพของทรัพยากรธรรมชาติ ความท้าทายของกิจกรรม และความรู้สึกผูกพันกับสถานที่ สอดคล้องกับแนวคิดภาพลักษณ์ปลายทางของ Echtner & Ritchie (1991), Chen & Phou (2013) ที่ยืนยันว่าภาพลักษณ์ปลายทางเป็นตัวแปรสำคัญในการอธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ผลลัพธ์ดังกล่าวนำไปสู่การยืนยันสมมติฐานที่ 4 (H4) ซึ่งระบุว่าภาพลักษณ์ปลายทางทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมและความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา ตามกรอบแนวคิดสิ่งเร้า–สิ่งมีชีวิต–การตอบสนอง (S-O-R) ของ Mehabian & Russell (1974) ซึ่งเสนอว่าสิ่งเร้าไม่จำเป็นต้องส่งผลต่อการตอบสนองโดยตรงเสมอไป หากแต่ต้องผ่านกระบวนการรับรู้และประเมินภายในของบุคคลก่อน

อย่างไรก็ตาม สมมติฐานที่ 2 (H2) พบว่า การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แม้ว่าจะขัดกับการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา แต่อาจเป็นเพราะความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาไม่ได้เกิดจากการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมของกิจกรรมโดยตรง แต่ต้องผ่านกระบวนการประเมินภายในของผู้เข้าร่วมในรูปของภาพลักษณ์ปลายทางก่อน ผลการศึกษานี้สะท้อนว่าการรับรู้กิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียวอาจยังไม่เพียงพอที่จะกระตุ้นความตั้งใจเชิงพฤติกรรม หากผู้เข้าร่วมยังไม่เชื่อมโยงประสบการณ์ดังกล่าวเข้ากับคุณค่าและความหมายของพื้นที่ปลายทางในภาพรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Duan, Y., & Wu, J. (2024) ที่มองว่าความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเป็นผลลัพธ์ของกระบวนการประเมินหลายขั้นตอน มิใช่ผลจากการรับรู้คุณลักษณะของกิจกรรมหรือความเขียวของงานเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ซึ่งเป็นการตัดสินใจที่มีระดับการมีส่วนร่วมสูง ผู้เข้าร่วมจำเป็นต้องแปลความหมายของกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไปสู่การรับรู้คุณค่าและความรู้สึกต่อปลายทางเสียก่อน จึงจะพัฒนาไปสู่ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาในที่สุด

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

งานวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่โดยการอธิบายกลไกเชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาในลักษณะการเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบสมบูรณ์ (full mediation) ของภาพลักษณ์ปลายทาง แม้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรลจะรับรู้ถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของกิจกรรมในระดับสูง แต่การรับรู้ดังกล่าวไม่สามารถกระตุ้นความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้โดยตรง หากไม่ผ่านกระบวนการประเมินเชิงจิตวิทยาที่สะท้อนออกมาในรูปของภาพลักษณ์ปลายทาง ทั้งในมิติด้านการรับรู้ (Cognitive image) และมิติด้านความรู้สึก (Affective image) ผลการศึกษานี้จึงเสนอกรอบแนวคิดใหม่ในลักษณะ Destination Image–Driven Full Mediation Mechanism ซึ่งอธิบายว่าภาพลักษณ์ปลายทางทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการแปลความหมายจากประสบการณ์กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ในเชิงทฤษฎี งานวิจัยนี้ช่วยขยายกรอบแนวคิด Stimulus–Organism–Response (S-O-R) และช่วยเสริมทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ในเชิงบริบท ช่วยเติมเต็มช่องว่างของงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสามารถใช้เป็นฐานแนวคิดสำหรับการพัฒนาโมเดลการจัดกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมที่มุ่งสร้างคุณค่าระยะยาวให้กับพื้นที่ปลายทางอย่างแท้จริง องค์ความรู้ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพที่ 3



แผนภาพที่ 3 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สรุป

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีระดับการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับสูง โดยการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ปลายทาง และภาพลักษณ์ปลายทางมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม การรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไม่ส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยตรง แต่ส่งผลทางอ้อมผ่านภาพลักษณ์ปลายทาง ซึ่งสะท้อนว่าภาพลักษณ์ปลายทางทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงประสบการณ์จากกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในอนาคตอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมวิ่งเทรลมีการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ปลายทาง และความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาอยู่ในระดับสูง สะท้อนให้เห็นว่ากิจกรรมวิ่งเทรลในพื้นที่อุทยานแห่งชาติสามารถสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้แก่ผู้เข้าร่วมได้ทั้งในมิติด้านสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมและรักษามาตรฐานการจัดกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อม

อย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อม การลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ และการสื่อสารคุณค่าของพื้นที่ปลายทาง เพื่อคงไว้ซึ่งระดับการรับรู้เชิงบวกและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระยะยาว

1.2 ภาพลักษณ์ปลายทางทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางแบบสมบูรณ์ในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมและความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา ดังนั้น ควรถูกออกแบบและขับเคลื่อนควบคู่ไปกับการสร้างภาพลักษณ์ปลายทางอย่างเป็นระบบ มากกว่าการมุ่งเน้นเพียงการจัดกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเชิงปฏิบัติการเท่านั้น ในเชิงนโยบาย หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการพื้นที่ควรนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นฐานในการกำหนดแนวทางการพัฒนากิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมให้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ การสร้างภาพลักษณ์ปลายทาง โดยเน้นการสื่อสารอัตลักษณ์ คุณค่า และความหมายของพื้นที่ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรม เพื่อเสริมสร้างความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาในระยะยาว ส่วนในเชิงการจัดการ ผู้จัดกิจกรรมกีฬาเชิงสิ่งแวดล้อมควรให้ความสำคัญกับการออกแบบประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมในลักษณะองค์รวม โดยเชื่อมโยงกิจกรรมกีฬาเข้ากับภาพลักษณ์ของพื้นที่ปลายทางทั้งในมิติด้านการรับรู้ และด้านความรู้สึก การสื่อสารแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อมควรดำเนินควบคู่ไปกับการสร้างความรู้สึกผูกพันกับสถานที่ เพื่อให้กิจกรรมกีฬาไม่ถูกมองเป็นเพียงเหตุการณ์ชั่วคราว แต่เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาในบริบทนี้กับชาวต่างชาติที่เข้าร่วมกิจกรรม เนื่องจากมีชาวต่างเข้าร่วมในกิจกรรมนี้เป็นจำนวนมาก เพื่อศึกษาความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา ในเชิงลึกเปรียบเทียบชาวไทย

2.2 การวิจัยนี้สามารถพยากรณ์ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬาได้ร้อยละ 59.80 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 49.20 เกิดจากปัจจัยอื่น ๆ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่ส่งผลความตั้งใจท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา แรงจูงใจ เป็นต้น เพื่ออธิบายพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในบริบทที่หลากหลายยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). *รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2565*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กรรณิการ์ พานิชวงศ์ และอิสรีย์ ชวนะพาณิชย์. (2566). ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารการท่องเที่ยวไทย, 18*(2), 45–63.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211.https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T.

Casper, J. M., Pfahl, M. E., & McCullough, B. P. (2014). Intercollegiate Sport and the Environment: Examining Fan Engagement Based on Athletics Department Sustainability Efforts. *Journal of Issues in Intercollegiate Athletics,* 7(1), Article 13. https://scholarcommons.sc.edu/jiia/vol7/iss1/13.

Chen, C. F., & Phou, S. (2013). A closer look at destination: Image, personality, relationship and loyalty. *Tourism Management, 36*, 269–278. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.015.

Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

Duan, Y., & Wu, J. (2024). Sport tourist perceptions of destination image and revisit intentions: An adaption of Mehrabian-Russell's environmental psychology model. *Heliyon*, 10, e31810. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31810.

Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies, 2*(2), 2–12. https://www.academia.edu/1799708/The_meaning_and_measurement_of_destination_image

Gartner, W. C. (1993). Image formation process. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 2*(2–3), 191–216. https://doi.org/10.1300/J073v02n02_12.

Gibson, H. J. (2018). *Sport tourism*. Routledge.

Higham, J., & Hinch, T. (2018). *Sport tourism development* (3rd ed.). Channel View Publications.

Hinch, T., & Higham, J. (2011). *Sport tourism development*. Channel View Publications.

International Trail Running Association. (2023). *Trail running and sustainability guidelines*. https://itra.run/About/Eco Responsibility -.

Kellison, T. B., & Hong, S. (2015). The adoption and diffusion of pro-envoronmental stadium design. *European Sport Management Quarterly, 18*(3), 373–386. https://doi.org/10.1080/16184742.2014.995690.

Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Press.

Mair, J., & Laing, J. (2012). The greening of music festivals: Motivations, barriers and outcomes. Applying the Mair and Jago model. *Journal of Sustainable Tourism, 20*(5), 683–700. https://doi.org/10.1080/09669582.2011.636819.

McCullough, B. P., Pfahl, M. E., & Nguyen, S. N. (2016). The green waves of environmental sustainability in sport. *Sport in society, 19*(7), 1040–1065. https://doi.org/10.1080/17430437.2015.1096251.

Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. MIT Press.

Pike, S. (2002). Destination image analysis—A review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management, 23*(5), 541–549

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson.

Stylidis, D., Shani, A., & Belhassen, Y. (2017). Testing an integrated destination image model across residents and tourists. *Tourism Management, 58*, 184–195. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.014.

Wicker, P., Hallmann, K., & Zhang, J. J. (2012). What is influencing consumer expenditure and intention to revisit? An Investigation of marathon events. *Journal of Sport & Tourism, 17*(3), 165–182. https://doi.org/ https://doi.org/10.1080/14775085.2012.

การพัฒนาลวดลายผ้าบาติกจากแรงบันดาลใจลวดลายกระเบื้องเคลือบ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามวรมหาวิหาร

DEVELOPMENT OF BATIK PATTERNS FROM THE INSPIRATION OF GLAZED TILE PATTERNS AT PHRA CHETUPHON WIMMANGALARAM TEMPLE

ภูมิภาวิชญ์ ทิพย์ธีรเศวต, ธีรภัทร แซ่เอียม และธนกฤต แก้วพิลารมย์*
Phumpawit Thipteerasawat, Teeraphat Sae-iam and Thanakrit Kaewpilarom*
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Krungthep
*Corresponding Author E-mail: thanakrit.k@mail.rmutk.ac.th
Received January 4, 2026; **Revised** June 10, 2026; **Accepted** June 10, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้บูรณาการวิธีวิจัยเชิงสร้างสรรค์กับการวิจัยและพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะและอัตลักษณ์ของลวดลายกระเบื้องเคลือบ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามวรมหาวิหาร 2) ออกแบบและพัฒนาลวดลายผ้าบาติกแรงบันดาลใจจากลวดลายกระเบื้องเคลือบวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามวรมหาวิหาร และ 3) ประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคที่มีต่อผ้าบาติก วิธีดำเนินการวิจัยประกอบด้วย การทำ “Motif Atlas” ของลวดลายที่ปรากฏ วิเคราะห์สีด้วยระบบ CIELAB และจัดกลุ่มสี นำสู่การออกแบบผ้าบาติก 5 ลวดลาย (D1-D5) ประเมินความคิดเห็นจากโดยผู้เชี่ยวชาญ 12 คน และผู้บริโภค 120 คน พร้อมทดสอบความแตกต่างระหว่างช่วงอายุด้วย One-way ANOVA ผลการวิจัย พบว่า ลวดลายกระเบื้องเคลือบมีอัตลักษณ์สำคัญ 3 กลุ่ม ได้แก่ ลวดลายดอก-เถา ลวดลายเรขาคณิตไทย-จีน และลวดลายกรอบเส้นขอบ โดยมีลักษณะเด่นด้านความสมมาตร จังหวะซ้ำ โทนสีหลัก คือ น้ำเงิน เขียว เหลือง และขาว ผลประเมินความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.69) โดยมิติทางสุนทรียภาพสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.82) ด้านลวดลาย D1-D2 มีคะแนนโดดเด่นต่อเนื่องทุกมิติ ผลการทดสอบ ANOVA ชี้ว่าไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญตามช่วงอายุ ($p>0.05$) สะท้อนงานออกแบบที่เข้าถึงได้ทุกวัย ทั้งในแง่คุณค่าทางศิลป์และการสื่อสารอัตลักษณ์ไทย ด้านความพร้อมต่อการผลิตซ้ำเชิงพาณิชย์ แบบลายที่พัฒนาสามารถถ่ายทอดความงามที่มีบริบทของศิลปะไทยร่วมสมัย โดยมุ่งส่งเสริมการสร้างเรื่องเล่าและอัตลักษณ์ตราสินค้าที่สะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เข้มแข็งและยั่งยืน

คำสำคัญ: ผ้าบาติก, วัดพระเชตุพน, อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม, การพัฒนาลวดลาย

Abstract

This study integrated creative research methods with research and development approaches to: 1) investigate and analyze the characteristics and cultural identity of glazed tile patterns at Wat Phra Chetuphon Wimonmangkalaram Woramahawihan (Wat Pho);

2) design and develop batik textile patterns inspired by these glazed tile motifs; and 3) evaluate the satisfaction levels of experts and consumers toward the developed batik textiles. The research process involved the creation of a “Motif Atlas” consisting of floral motifs, vine motifs, Thai–Chinese geometric motifs, and border patterns. Color analysis was conducted using the CIELAB color system and color clustering techniques, leading to the development of five batik pattern prototypes (D1–D5). The evaluation was conducted with 12 experts and 120 consumers, and differences among age groups were analyzed using one-way ANOVA. The findings revealed that the glazed tile patterns of Wat Phra Chetuphon were distinguished by three major identity groups: floral-vine motifs, Thai–Chinese geometric motifs, and border motifs. The patterns were characterized by symmetry, rhythmic repetition, and dominant color tones of blue, green, yellow, and white, reflecting the serene and sacred aesthetics of Thai art. Overall satisfaction was rated at the highest level ($\bar{X}$=4.69), with the aesthetic dimension receiving the highest mean score ($\bar{X}$=4.82). Patterns D1 and D2 consistently achieved the highest evaluations across all dimensions. The ANOVA results indicated no statistically significant differences among age groups ($p > 0.05$), suggesting that the developed designs were accessible and appealing across all generations in terms of both artistic value and the communication of Thai cultural identity. In terms of commercial reproducibility, the developed patterns successfully conveyed the aesthetic essence of contemporary Thai art while demonstrating technical feasibility and market potential. The study also highlighted the importance of cultural storytelling, brand identity development, and culturally connected packaging design in supporting a sustainable creative economy.
Keywords: Batik Fabric, Wat Phra Chetuphon, Cultural Identity, Pattern Development

บทนำ

ภาคใต้ของประเทศไทยถือเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก อย่างไรก็ตามภาคใต้มิได้มีเพียงทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามเท่านั้น แต่ยังเต็มไปด้วยศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือ “ผ้าบาติก” งานหัตถศิลป์ขึ้นชื่อและเป็นที่รู้จักทั่วโลก ผ้าบาติกเป็นสิ่งทอที่เกิดจากเทคนิคการเขียนเทียนและการย้อมสีที่ซับซ้อนส่งผลให้เกิดลวดลายอันงดงาม แฝงด้วยความหมายและสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งทำให้ผ้าบาติกเป็นงานศิลป์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย (ตะวัน ตนยะแหละ และสายใจ เบ็ญโส๊ะ, 2566) และยังเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะในจังหวัดภาคใต้ที่มีการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อพัฒนาลวดลายและผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดยุคใหม่ ส่งผลให้ผ้าบาติกได้รับความนิยมมากขึ้น (ฐากร ถาวรโชติวงศ์, 2566) ความร่วมสมัยของลวดลายยังเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างคุณค่าใหม่ให้แก่ภูมิปัญญา และยังเป็นโอกาสในการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านหัตถกรรม (Nugraha & Sachari, 2021) ดังนั้นผ้าบาติกภาคใต้จึงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีชีวิตพร้อมทั้งสร้างโอกาสใหม่ทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทย (สุพัตรา คงขำ และคณะ, 2564)

ผ้าบาติกถือเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย ผ้าบาติกจึงไม่ได้เป็นเพียงงานหัตถกรรมที่มีคุณค่าแต่ยังเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งมีเอกลักษณ์จากการใช้เทคนิคเขียนเทียนและการย้อมสีที่ต้องอาศัยความประณีตสูง สะท้อนถึงความคิดสร้างสรรค์และฝีมือของช่างท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ โดยลวดลายมีเอกลักษณ์ทั้งรูปแบบธรรมชาติ ตลอดจนลายเรขาคณิตที่แฝงความหมายทางศาสนาและความเชื่อของชุมชนมุสลิม เป็นการประสานกันของรูปแบบดั้งเดิมและนวัตกรรมใหม่ ช่วยให้ผ้าบาติกยังตอบโจทย์การใช้งานในยุคปัจจุบัน เช่นเดียวกับ ตะวัน ตนยะแหละ และสายใจ เบ็ญโส๊ะ (2566) ซึ่งกล่าวว่า การพัฒนาผ้าบาติกในปัจจุบันมีแนวโน้มที่เปิดกว้างต่อการสร้างสรรค์มากขึ้น โดยมีการนำความรู้ด้านการออกแบบสมัยใหม่มาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าและความร่วมสมัยให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการช่วยขยายฐานผู้บริโภค และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนแก่ชุมชนท้องถิ่น ในมิติของการอนุรักษ์และการพัฒนาวัฒนธรรมไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในภาคใต้เท่านั้น แต่ยังพบได้ในพื้นที่ เช่น วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร หรือวัดโพธิ์ โดยเป็นวัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และศิลปกรรม จากการผสมผสานศิลปะจีนเข้ากับศิลปะไทยอย่างลงตัว (Raghuvanshi, 2022)

วัดโพธิ์มีเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงไปทั่วโลก คือ การเป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้ในหลายแขนง ทั้งศาสนา วรรณกรรม ภาษา การแพทย์แผนไทย รวมถึงงานศิลปกรรม โดยมีการจารึกความรู้เหล่านี้ไว้บนแผ่นหินเพื่อการถ่ายทอดสู่ชนรุ่นหลัง นอกจากนี้วัดโพธิ์ยังมีความโดดเด่นในด้านศิลปะการตกแต่งอาคารด้วยกระเบื้องเคลือบที่มีลวดลายงดงามและหลากหลาย ทั้งลายดอกไม้ ลายเรขาคณิต และลายมงคลต่าง ๆ สะท้อนถึงภูมิปัญญาและรสนิยมทางศิลปะของสังคมไทยในสมัยนั้น การประดับกระเบื้องเคลือบเหล่านี้จึงถือเป็นงานหัตถศิลป์ที่ทรงคุณค่า (Falcon, 2021) เมื่อพิจารณาผ้าบาติกกับงานกระเบื้องเคลือบจะพบว่าทั้งสองต่างเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่แสดงถึงการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมกับการเปิดรับแนวทางการออกแบบใหม่ที่สะท้อนการสร้างสรรค์ศิลปกรรมในราชสำนัก ทั้งสองสิ่งจึงมีคุณค่าในฐานะตัวแทนของอัตลักษณ์ไทยที่มีความหลากหลายและยืดหยุ่นตามกาลเวลา (Phukrongpet & Daovisan, 2025) การพัฒนาลวดลายผ้าบาติกจากแรงบันดาลใจของวัดโพธิ์จึงเป็นการเชื่อมโยงระหว่างศิลปะพื้นบ้าน และศิลปะราชสำนักให้เกิดเป็นงานสร้างสรรค์ใหม่ที่ยังคงความหมายดั้งเดิมเอาไว้ที่อนุรักษ์ภูมิปัญญากับการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน

จากปัญหาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยมีความตั้งใจที่จะพัฒนาลวดลายผ้าบาติกจากแรงบันดาลใจของลวดลายกระเบื้องเคลือบภายในวัดพระเชตุพนฯ และประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภค เพื่อให้เกิดงานออกแบบที่มีเอกลักษณ์ใหม่ ซึ่งไม่เพียงช่วยต่อยอดงานหัตถศิลป์ให้มีคุณค่า แต่ยังเป็นการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในรูปแบบร่วมสมัยและสร้างสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนภูมิปัญญาไทยอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ลักษณะและอัตลักษณ์ของลวดลายกระเบื้องเคลือบ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามวรมหาวิหาร

2. เพื่อออกแบบและพัฒนาลวดลายผ้าบาติกแรงบันดาลใจจากลวดลายกระเบื้องเคลือบวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามวรมหาวิหาร

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคที่มีต่อผ้าบาติกแรงบันดาลใจจากลวดลายกระเบื้องเคลือบ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามวรมหาวิหาร

การทบทวนวรรณกรรม

1. ความงามเชิงสุนทรียะ ความสัมพันธ์เชิงอารมณ์ และความรู้สึก

การออกแบบลวดลายสิ่งทอต้องไม่ใช่แค่มองเห็นความงดงามเท่านั้น แต่ยังต้องสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ให้ผู้ใช้รู้สึกสะดุดใจ และรู้สึกว่ามีคุณค่า (Xue, Caiguo, Yi & Chenxia, 2022) ซึ่งในความสัมพันธ์เชิงอารมณ์และความรู้สึก แบ่งประสบการณ์ของผู้ใช้เป็น 3 ระดับ ได้แก่ รูปลักษณ์แรกเห็น การใช้งานจริง และการตีความหมาย แนวคิดนี้สนับสนุนให้ใช้เส้น รูปทรง โทนสี ความสมมาตร และจังหวะซ้ำเป็นองค์ประกอบสำคัญ แล้วประยุกต์ใช้เป็นหน่วยซ้ำบนผืนผ้าอย่างเป็นระบบ

2. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและมรดกทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

การออกแบบที่ดีควรเชื่อมโยงกับรากวัฒนธรรมและมีเรื่องเล่าที่น่าเชื่อถือ ซึ่งช่วยเพิ่มคุณค่าเชิงอารมณ์และสร้างความแตกต่างทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์แฟชั่น โดยการตีความอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในรูปแบบร่วมสมัยควรคงไว้ซึ่งแก่นของวัฒนธรรมดั้งเดิม ขณะเดียวกันต้องสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคยุคใหม่ได้อย่างเหมาะสม (Li et al., 2025) นอกจากนี้ การเชื่อมโยงระหว่างสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม เรื่องเล่า และประสบการณ์ของผู้ใช้ ยังช่วยให้ผู้บริโภครับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้ลึกซึ้งและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นกลไกในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย (Phukrongpet & Daovisan, 2025)

3. การออกแบบเชิงข้อมูลสำหรับสิ่งทอเชิงวัฒนธรรม

การประยุกต์ใช้เทคนิคเชิงข้อมูล เช่น การวิเคราะห์สีจากระบบ CIELAB การจัดกลุ่มสี การวิเคราะห์รูปทรงลายจากซอฟต์แวร์ และนำข้อมูลย้อนกลับจากผู้ใช้จริง มาผสมกับองค์ความรู้วัฒนธรรมจะช่วยให้การออกแบบลวดลายตรงใจผู้ใช้มากยิ่งขึ้น แนวโน้มด้านสิ่งทอร่วมสมัยที่ผสานวัฒนธรรมกับเทคโนโลยี ตั้งแต่วัสดุ เทคนิคสี รวมถึงการออกแบบ และการใช้ข้อมูลเชิงพฤติกรรมผู้บริโภคมาเป็นตัวขับเคลื่อนสำหรับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและสร้างสรรค์

4. การออกแบบแบบมีส่วนร่วม

แนวคิดการที่ส่วนร่วมเน้นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ช่างฝีมือ ชุมชน ผู้บริโภค มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบตั้งแต่ต้นเพื่อลดช่องว่างระหว่างคุณค่าเชิงศิลป์กับคุณค่าการใช้งาน ตามหลักสมมาตรในการออกแบบผ้า โดยมีแนวทาง คือ เปิดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอแนวลายกระบวนการออกแบบให้ช่างและผู้ใช้ร่วมแสดงความคิดเห็นรวมถึงทดสอบต้นแบบร่วมกัน

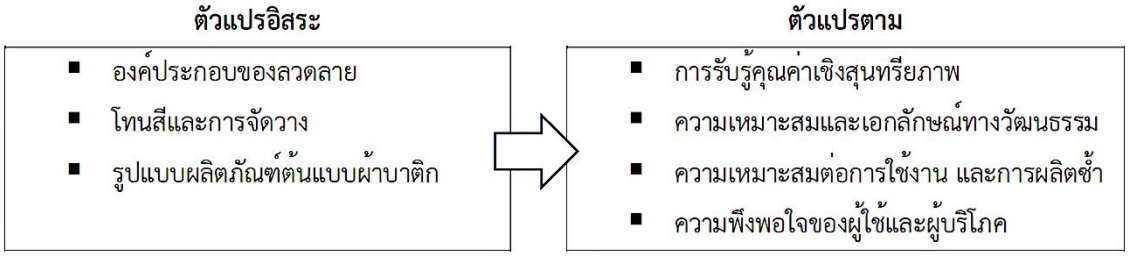
5. ความยั่งยืนและแนวคิดการออกแบบสำหรับงานบาติก

ในบริบทสิ่งทอสมรรถนะไม่ใช่แค่ความงามหรือฟังก์ชันแต่ต้องรวมความยั่งยืน เช่น การเลือกสีธรรมชาติ ลดของเสีย การจัดการน้ำ วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่ง Phukrongpet & Daovisan, (2025) ได้ศึกษาการผสมวัฒนธรรมกับนวัตกรรมสีเพื่อนำเสนอกระบวนการผลิตบาติก คือ เลือกเทคนิคย้อม เคลือบที่ลดสารเคมี โดยใช้สีธรรมชาติบางส่วน ทดลองวิธีรีไซเคิลน้ำหรือการออกแบบลวดลายให้ลดการใช้ทรัพยากร (ฐากร ถาวรโชติวงศ์, 2566)

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปแนวทางสำหรับนำไปใช้ในงานวิจัยได้ คือ แนวคิดด้านสุนทรียภาพและอารมณ์ความรู้สึกนำมาใช้เป็นกรอบในการออกแบบลวดลายผ้าบาติกให้เกิดความงาม ขณะเดียวกันแนวคิดด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมนำมาใช้ในการถ่ายทอดคุณค่าของลวดลายกระเบื้องเคลือบวัดพระเชตุพนฯ โดยคงแก่นทางวัฒนธรรมและเรื่องเล่าเชิงสัญลักษณ์ไว้ นอกจากนี้ยังประยุกต์แนวคิดการออกแบบเชิงข้อมูลผ่านการวิเคราะห์สีด้วยระบบ CIELAB และการจัดระบบองค์ประกอบลวดลาย เพื่อให้การออกแบบมีความเป็นระบบตอบสนองต่อผู้บริโภคมากขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แนวทางวิจัยเชิงสร้างสรรค์ผสานกับกระบวนการวิจัยและพัฒนา โดยมีลำดับการดำเนินการตั้งแต่การสำรวจต้นแบบศิลปกรรม ตามกรอบของ (Kunkhet & Chudasri, 2022) การสกัดองค์ประกอบลวดลาย โทนสีและการจัดวาง รวมไปถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบบาติก ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แนวทางวิจัยเชิงสร้างสรรค์ผสานกับกระบวนการวิจัยและพัฒนา โดยมีลำดับการงานวิจัย ดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1.1 แบบบันทึกข้อมูลภาคสนามใช้สำหรับบันทึกวัน เวลา พิกัด ประเภทลาย วัสดุพื้นผิว โครงสร้างเส้น องค์ประกอบศิลป์ โครงสร้างการซ้ำ และความหมายเชิงสัญลักษณ์

1.2 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ร่วมกับคำถามปลายเปิด เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและความคิดเห็นเชิงคุณภาพ

หาคุณภาพของเครื่องมือโดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) กำหนดเกณฑ์ยอมรับตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป (Tavakol & Dennick, 2011)

2. หน่วยวิเคราะห์ของงานวิจัยนี้คือ

2.1 หน่วยเชิงวัตถุ ได้แก่ ลวดลายและผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่พัฒนาในโครงการ ซึ่งออกแบบภายใต้กรอบ Motif Atlas ผ่านกระบวนการผลิตจริงจำนวน 5-6 แบบ (Prototype Set D1-D6)

2.2 หน่วยเชิงบุคคล ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 12 คน ครอบคลุมด้านศิลปกรรม การออกแบบสิ่งทอ และมรดกวัฒนธรรมและผู้บริโภค จำนวน 120 คน อายุระหว่าง 18-60 ปี ครอบคลุมเพศ อาชีพ และระดับการศึกษาอย่างหลากหลาย

2.3 หน่วยเชิงข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลเชิงภาพ ข้อมูลเชิงตัวเลข และข้อมูลเชิงเนื้อหา ที่ได้จากแบบประเมินและการสังเกต/บันทึกภาคสนาม

3. ขั้นตอนดำเนินการ แบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 สำรวจวิเคราะห์มรดกศิลป์และกำหนดกรอบการออกแบบ เก็บข้อมูลภาพลวดลายกระเบื้องภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ภายใต้หลักจริยธรรมการวิจัย โดยใช้กล้องความละเอียดสูงพร้อมบันทึกข้อมูลวัน เวลา พิกัด ประเภทลาย และวัสดุพื้นผิว

1) บันทึกภาพ 3 ระดับ ได้แก่ ภาพแสดงบริบททางสถาปัตยกรรม ภาพเฉพาะแผ่นกระเบื้องหรือผืนผนัง และภาพรายละเอียดลายรอยต่อ เพื่อวิเคราะห์ลวดลายโดยจัดทำฐานข้อมูลระบุรหัสลาย ภาพตัวแทน โครงสร้างเส้น องค์ประกอบศิลป์ โครงสร้างการซ้ำ และความหมายเชิงสัญลักษณ์

2) สกัดชุดสีด้วยระบบ CIELAB Color Model โดยสุ่มจุดวัดและจัดกลุ่มสี เพื่อสร้าง Color Palette แบ่งเป็น Primary/Secondary/Accent พร้อมรหัส HEX และ CMYK

3) จัดทำ Moodboard และ Visual Grammar Map ได้แก่ เส้น รูปทรง จังหวะ สมมาตร และสัดส่วนเพื่อเป็นกรอบแนวคิดเชิงการออกแบบ

ระยะที่ 2 การออกแบบและสร้างต้นแบบ โดยจัดทำเอกสารสรุปโจทย์และแนวคิดด้านการออกแบบโดยเชื่อมโยงข้อมูลจากฐานข้อมูลที่จัดทำขึ้น ดังนี้

1) ออกแบบลวดลายด้วยการสเก็ตช์หลายทางเลือก กำหนดหน่วยซ้ำ (Rapport 12-20 ซม.) และทดสอบความต่อเนื่องของลาย (Seamless Tiling 3×3 ช่อง) และแปลงแบบเป็นดิจิทัลสร้างแม่แบบกระดาษสำหรับเขียนเทียน โดยควบคุมความเที่ยงตรงขององค์ประกอบเรขาคณิต

2) ผลิตจริงบนผ้าฝ้าย 100% (ผ่านกระบวนการ Scouring) ใช้เทคนิคการเขียนเทียนด้วยจันติ้ง ควบคุมอุณหภูมิเทียนระหว่าง 75-85°C ความกว้างของเส้น 0.5-1.2 มม. โดยย้อมสีตามลำดับอ่อนไปเข้ม โดยบันทึก ค่าความเข้มข้น เวลา อุณหภูมิ และค่า pH ของสารย้อมในแต่ละชั้นสี และล้างเทียนตามมาตรฐานความปลอดภัยสิ่งแวดล้อม

3) จัดทำ Standard Operating Procedure (SOP) สำหรับแต่ละแบบ พร้อมจุดตรวจคุณภาพ (pre-QC) ได้แก่ ความคมของเส้น ±0.2 มม. รอยต่อซ้ำ ±2 มม. ความสม่ำเสมอของสี การทดสอบการถูแห้ง-เปียก และการซักอ่อน (dry/wet rubbing & gentle wash test)

ระยะที่ 3 การประเมิน ทดลองใช้ และปรับแบบ

1) จัด Micro-Exhibition ภายใต้แสงมาตรฐานใกล้ D65 (CRI≥90) ระยะดู 1-2 เมตร พร้อมรหัสสุ่มเพื่อลดอคติในการประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 12 คน และผู้บริโภคอายุระหว่าง 18-60 ปี จำนวน 120 คน เพื่อสะท้อนความคิดเห็นเชิงคุณภาพครอบคลุม 4 มิติหลัก

2) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC≥0.67) และทดสอบนำร่องเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบประเมิน (Cronbach's $\alpha \geq 0.70$) และดำเนินกระบวนการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก (10-15 คน) เพื่อวิเคราะห์ความเข้าใจและทัศนคติของผู้ประเมิน

3) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนาและ One-Way ANOVA พร้อมการทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ตามความเหมาะสม และรายงานค่าขนาดอิทธิพล (η^2 หรือ Cohen's d)

จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากคำตอบปลายเปิดด้วยวิธี Thematic Analysis

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของผลลัพธ์

1) ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน โดยประเมินความสอดคล้องของตัวชี้วัดและมิติการประเมิน ซึ่งความเชื่อมั่นของเครื่องมือ คำนวณค่า Cronbach's α เพื่อยืนยันความสม่ำเสมอภายในของแบบประเมินในแต่ละมิติ หากค่า $\alpha \geq 0.70$ ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ตามมาตรฐานสังคมศาสตร์ (รัตนา อัตภูมิสุวรรณ์ และธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2564)

2) ตรวจสอบความน่าเชื่อถือเชิงกระบวนการ โดยการจัดทำ Version log สำหรับแบบร่างและต้นแบบแต่ละรุ่น (D1-D6) ระบุวันที่ปรับแก้และเหตุผลการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ทุกขั้นตอน

3) ตรวจสอบความเที่ยงธรรม ด้วยเทคนิคแบบสามเส้าโดยใช้ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริโภค และนักออกแบบ จากการวิจัยเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และเชิงสังเกต เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลลัพธ์

5. การวิเคราะห์และคัดเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุด

โดยการใช้เมทริกซ์ถ่วงน้ำหนักโดยกำหนดค่าน้ำหนักของแต่ละมิติ ได้แก่ สุนทรียภาพ=0.30 อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม=0.30 ความเหมาะสมเชิงใช้สอย/การผลิตซ้ำ=0.25 ศักยภาพทางการตลาด=0.15 เพื่อคัดเลือก Best of Category และ Best Overall Design จากนั้นปรับแบบรอบสั้น ๆ และทำการ mini-validation ก่อนตรึงแบบ จัดทำ Replication Guideline ครอบคลุมสเปกวัสดุ สูตรเทียน-สี ลำดับชั้นการย้อม เกณฑ์การตรวจสอบ และแนวทางด้านความปลอดภัย

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์มรดกศิลป์ด้านลักษณะและอัตลักษณ์ของลวดลายกระเบื้องเคลือบ

1.1 ผลการวิเคราะห์ลวดลายกระเบื้องภายในวัดพระเชตุพนฯ พบลักษณะสำคัญของลวดลาย 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) ลวดลายดอก-เถา สื่อถึงความเจริญงอกงามและความอ่อนช้อยแบบไทย 2) ลวดลายเรขาคณิตไทย-จีน แสดงถึงการผสมผสานทางศิลปวัฒนธรรม และ 3) ลวดลายกรอบและเส้นขอบ ทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างองค์ประกอบของงานสถาปัตยกรรม

1.2 ผลการสกัดชุดสีจากภาพถ่ายด้วยระบบ CIELAB และการจัดกลุ่มสีด้วยวิธี Cluster Analysis พบว่า โทนสีหลักที่เด่นชัด คือ น้ำเงิน เขียว เหลือง และขาว ซึ่งเป็นสีประจำพระอาราม โดยสีดังกล่าวให้ความรู้สึกเย็น สงบ และศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ทางอารมณ์และคุณค่าทางศิลปะ

1.3 ผลการวิเคราะห์แผนผังองค์ประกอบศิลป์ พบว่า ลวดลายกระเบื้องวัดพระเชตุพนฯ มีการจัดองค์ประกอบที่เน้นความสมมาตร และจังหวะซ้ำเป็นหลัก เส้นสายโค้งอ่อนช้อยแบบไทย ซึ่งสามารถนำไปใช้พัฒนาเป็นหน่วยซ้ำบนผืนผ้าได้อย่างเหมาะสม

2. ผลออกแบบและพัฒนาลวดลายผ้าบาติกแรงบันดาลใจจากลวดลายกระเบื้องเคลือบ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินผ้าบาติกต้นแบบ 5 ลวดลาย (D1-D5) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 12 คน และผู้บริโภค จำนวน 120 คน ครอบคลุม 4 มิติ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค (n=120)

Design ID	Aesthetics		Cultural Identity		Usability		Market Potential	
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
D1	4.37	0.31	4.51	0.24	4.35	0.32	4.21	0.40
D2	4.32	0.28	4.45	0.24	4.27	0.34	4.11	0.38
D3	4.17	0.27	4.42	0.23	4.25	0.34	4.01	0.41
D4	4.10	0.28	4.38	0.25	4.10	0.31	3.93	0.45
D5	3.99	0.29	4.32	0.24	4.16	0.34	3.86	0.42

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลวดลาย พบว่า โดยรวมทุกมิติอยู่ในระดับมาก-มากที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.86-4.51 สะท้อนว่าผ้าบาติกทั้ง 5 ลวดลายมีคุณภาพดี และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในเชิงสุนทรียภาพและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ

มิติการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
สุนทรียภาพของลวดลาย	4.55	0.20	มากที่สุด
เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	4.62	0.17	มากที่สุด
ความเหมาะสมเชิงใช้สอยและผลิตซ้ำ	4.44	0.32	มาก
ศักยภาพทางการตลาด	4.51	0.25	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าเฉลี่ยทุกมิติอยู่ในระดับมาก-มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.44-4.62 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเชิงบวกทั้งในด้านศิลปะ วัฒนธรรม และศักยภาพทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมสมัย

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยตามช่วงอายุ (One-way ANOVA)

มิติการประเมิน	F	p-value	นัยสำคัญที่ .05	การแปลผล
สุนทรียภาพ	2.058	0.110	No	ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	0.393	0.758	No	ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
ความเหมาะสมเชิงใช้สอย	0.389	0.761	No	ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
ศักยภาพทางการตลาด	0.995	0.398	No	ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 3 ผลทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจตามช่วงอายุของผู้บริโภค (≤25 ปี, 26-40 ปี, ≥41 ปี) โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นในแต่ละมิติ พบว่า ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน โดยใช้การทดสอบ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจใน 4 มิติ โดยค่า p-value ของทุกมิติ มากกว่า 0.05 แสดงว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่น

หมายความว่า ผู้บริโภคทุกช่วงอายุมีระดับความพึงพอใจต่อผ้าบาติกที่พัฒนาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในทุกมิติของการประเมิน

3. ผลการประเมินความสวยงาม ความเหมาะสม และความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคที่มีต่อผ้าบาติก

จากการประเมินกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 120 คน โดยใช้แบบประเมินมาณค่า 5 ระดับ ครอบคลุม 4 มิติหลัก ได้แก่ สุนทรียภาพ เอกลักษณ์วัฒนธรรม ความเหมาะสมเชิงใช้สอย และศักยภาพตลาด ผลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผ้าบาติกที่พัฒนา

มิติการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
สุนทรียภาพของลวดลาย	4.82	0.36	มากที่สุด
เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม	4.76	0.41	มากที่สุด
ความเหมาะสมเชิงใช้สอยและผลิตซ้ำ	4.65	0.44	มากที่สุด
ศักยภาพทางการตลาด	4.55	0.49	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	**4.69**	**0.43**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 4 พบว่า ผ้าบาติกต้นแบบที่พัฒนามีความโดดเด่นเชิงสุนทรียภาพและสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยร่วมสมัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้บริโภคให้ความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในมิติความงามของลวดลาย และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม สะท้อนความเหมาะสมต่อการผลิตซ้ำและการต่อยอดเชิงพาณิชย์ ขณะที่มิติศักยภาพทางการตลาด แม้อยู่ในระดับมากแต่ยังมีพื้นที่พัฒนาผ่านการสื่อสารเรื่องเล่า

ตารางที่ 5 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระหว่างผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภค

มิติการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ	ผู้บริโภค	รวม	อันดับ	ประเด็นเชิงคุณภาพ (สังเคราะห์)
1. สุนทรียภาพ	4.55	4.82	4.69	1	ลวดลายโดดเด่น มีสมมาตร และจังหวะซ้ำ
2. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	4.62	4.76	4.69	2	สื่อสารอัตลักษณ์ไทยร่วมสมัย ผ่านลวดลาย
3. ความเหมาะสมเชิงใช้สอยและผลิตซ้ำ	4.44	4.65	4.55	3	มีศักยภาพผลิตซ้ำ ลายคงรูปและสม่ำเสมอ
4. ศักยภาพทางการตลาด	4.51	4.55	4.53	4	มีแนวโน้มตลาดสินค้าแฟชั่นเชิงวัฒนธรรม
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.53**	**4.70**	**4.62**	**–**	**ได้รับการยอมรับทั้งเชิงศิลป์ วัฒนธรรม และเชิงพาณิชย์**

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อผ้าบาติกที่พัฒนาในระดับมากถึงมากที่สุดทุกด้าน โดยมิติด้านสุนทรียภาพได้รับคะแนนสูงสุด รองลงมา คือ ด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม สะท้อนว่าลวดลายสามารถถ่ายทอดความงามและเอกลักษณ์ไทยร่วมสมัยได้อย่างชัดเจน

อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์ลักษณะและอัตลักษณ์ของลวดลายกระเบื้องเคลือบ

จากการสำรวจลวดลายกระเบื้องเคลือบในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์) ซึ่งถือเป็นหนึ่งในมรดกศิลปกรรมชั้นสูงของยุครัตนโกสินทร์ตอนต้น พบว่า มีลักษณะลวดลายสำคัญ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ 1) ลวดลายดอก-เถา 2) ลวดลายเรขาคณิตไทย-จีน 3) ลวดลายกรอบและเส้นขอบ สอดคล้องกับ Kunkhet & Chudasri (2022) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบลวดลายที่ใช้ความสมมาตร ซึ่งรองรับการแปลลวดลายดั้งเดิมให้เป็นลวดลายใหม่โดยใช้โครงสร้างเรขาคณิตเป็นหลัก

การสกัดชุดสีและโทนทางอารมณ์ โดยสกัดชุดสีจากภาพถ่ายด้วยระบบ CIELA และจัดกลุ่มสีด้วย Cluster Analysis พบว่า ชุดสีหลักที่โดดเด่นของลวดลายกระเบื้องคือ น้ำเงิน เขียว เหลือง ขาว ซึ่งเป็นสีประจำองค์พระอาราม การใช้โทนสีเย็นทำให้เกิดความรู้สึกสงบและลดความขัดแย้งทางสายตา ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์วัดพระเชตุพนฯ และสร้างความรู้สึกทางอารมณ์ที่ผู้บริโภครับรู้ได้โดยตรง

2. การออกแบบและพัฒนาลวดลายผ้าบาติกแรงบันดาลใจจากลวดลายกระเบื้องเคลือบ

2.1 การประเมินผ้าบาติกต้นแบบ 5 ลวดลาย (รหัส D1-D5) ซึ่งผ่านการออกแบบโดยอ้างอิงจากลวดลายกระเบื้องเคลือบวัดพระเชตุพนวิมลมังคลารามฯ ครอบคลุม 4 มิติหลัก ได้แก่

2.1.1 สุนทรียภาพ พบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.99-4.37 แสดงว่า ผู้บริโภครับรู้ถึงความงามของลวดลายได้ดี โดยเฉพาะลาย D1 และ D2 ที่ออกแบบด้วยโครงสร้างเส้นและสีอย่างสมดุล มีความกลมกลืนระหว่างจังหวะซ้ำและความแตกต่าง สอดคล้องกับแนวคิดของ Jrbashyan (2024) ที่กล่าวว่าการออกแบบที่ดีต้องรักษาสมดุลระหว่างความซ้ำและความแปรผันเพื่อสร้างความกลมกลืน

2.1.2 อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม พบว่า ผู้บริโภคสามารถรับรู้อัตลักษณ์ไทยจากลวดลายผ้าบาติกได้อย่างชัดเจน แสดงให้เห็นว่าการตีความใหม่ของมรดกวัฒนธรรมผ่านบริบทของศิลปะร่วมสมัย ทั้งลักษณะเด่นด้านความประณีต สมมาตร และการจัดองค์ประกอบเชิงพิธีการทั้งลวดลาย การใช้สี และรูปแบบตกแต่งที่เชื่อมโยงกับรสนิยมและการรับรู้ของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Li, Xue, Zheng, Luo & Huang (2025) ที่ระบุว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมสามารถสร้างทั้งคุณค่าทางจิตใจ ทางสังคม และมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

2.1.3 ความเหมาะสมเชิงใช้สอยและการผลิตซ้ำ พบว่า ความเหมาะสมของแบบลวดลายต่อกระบวนการผลิตจริง โดยลาย D3 และ D1 ได้คะแนนสูงสุด สะท้อนถึงความเป็นไปได้เชิงเทคนิคในการผลิตซ้ำเชิงพาณิชย์ ซึ่งผลนี้สอดคล้องกับ Anooja, (2025) โดยระบุว่าการแปลงมรดกศิลป์ไทยเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยต้องอาศัยความเข้าใจในเทคนิคการผลิตและบริบทวัสดุ

2.1.4 ศักยภาพทางการตลาด พบว่า สะท้อนถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์ในการเข้าสู่ตลาด โดยเฉพาะเมื่อต่อยอดด้วยกลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้า ที่เชื่อมโยงเรื่องราวของวัดพระเชตุพนฯ เข้ากับสินค้า สอดคล้องกับ รัตนา อัตภูมิสุวรรณ์ และธานินทร์ ศิลป์จารุ (2564) ที่ได้ศึกษาแนวทางการบริหารธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีพุทธสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งระบุว่าผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมจะเพิ่มความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีศักยภาพในการต่อยอดเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะมิติด้านเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม แสดงให้เห็นว่าลวดลายที่พัฒนาขึ้นสามารถสะท้อน

อัตลักษณ์ไทยในด้านความเหมาะสมเชิงใช้สอยและการผลิตซ้ำที่อยู่ในเกณฑ์ผลิตซ้ำได้จริง ซึ่งถือเป็นคุณค่าของงานหัตถกรรมผลนี้ตรงกับแนวคิดของ Raghuvanshi, (2022) ที่กล่าวว่า แนวคิดการประยุกต์นวัตกรรมหัตถกรรมจำเป็นต่อการแข่งขัน

2.3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยตามช่วงอายุ (One-way ANOVA) ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ระหว่างกลุ่มอายุของผู้บริโภค (≤25 ปี, 26-40 ปี, ≥41 ปี) พบว่า ค่า p-value ของทุกมิติมากกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกมิติ คือ ผู้บริโภคทุกช่วงอายุมีระดับความพึงพอใจใกล้เคียงกันต่อผ้าบาติกที่พัฒนาในมิติความงามอัตลักษณ์ ความเหมาะสม และศักยภาพทางตลาด

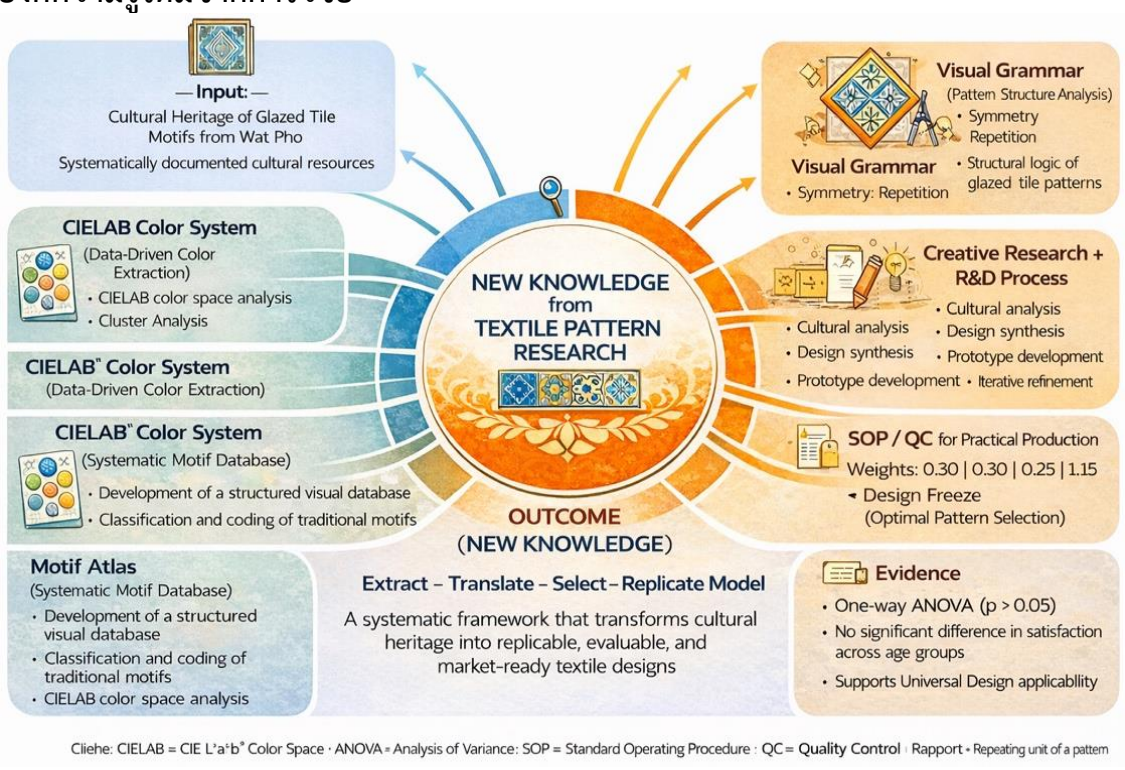
3. การประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคที่มีต่อผ้าบาติก

3.1 สุนทรียภาพและอัตลักษณ์วัฒนธรรม พบว่า โดดเด่นด้านความงามและการสื่อสารอัตลักษณ์ไทยร่วมสมัยโดยเฉพาะในมิติสุนทรียภาพของลวดลาย ซึ่งผลการประเมินยืนยันว่าความงามเชิงศิลป์ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมคือจุดแข็งหลักของผลงาน โดยผู้บริโภครับรู้ถึงความงดงามในเชิงศิลปกรรมไทยที่สอดแทรกอยู่ สอดคล้องกับ Li, Xue, Zheng, Luo & Huang (2025) พบว่า ความเชื่อมโยงระหว่าง สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ทางสังคม ในบริบทพหุวัฒนธรรม

3.2 การประเมินด้านความเหมาะสมเชิงใช้สอยและเทคนิคการผลิต พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงในมิติความเหมาะสมเชิงใช้สอย แสดงว่าลวดลายสามารถปรับใช้ได้จริงทั้งในเชิงแฟชั่นและของตกแต่งบ้าน ซึ่งสะท้อนหลักแนวคิดการออกแบบที่ผสานประโยชน์ใช้สอยและความรู้สึก สอดคล้องกับ Yan, (2023) ที่ระบุว่าผลิตภัณฑ์ที่ดีต้องตอบโจทย์ทั้งเหตุผลการใช้และความรู้สึของผู้ใช้ และการสร้างสมดุลความสร้างสรรค์กับข้อจำกัดด้านวัสดุและเทคนิค เป็นเงื่อนไขสำคัญของการผลิตซ้ำเชิงพาณิชย์

3.3 การวิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาด พบว่า ความพร้อมเข้าสู่ตลาดจริง หากได้รับการสนับสนุนด้านการสื่อสารแบรนด์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แนวคิดนี้สอดคล้องกับกรอบ Kothari & Kumari (2025) ที่เน้นว่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจะประสบความสำเร็จในตลาดได้ก็ต่อเมื่อผู้บริโภคสามารถรับรู้เรื่องเล่าทางวัฒนธรรมของแบรนด์ และเชื่อมโยงกับประสบการณ์ส่วนตัวได้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ความรู้ใหม่เชิงกระบวนการและเชิงแบบจำลอง

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า งานวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบ แบบจำลองเชิงกระบวนการ สำหรับการพัฒนาลายผ้าบาติก เริ่มจากการรวบรวมและจัดระบบลวดลายกระเบื้องเคลือบวัดพระเชตุพนฯ เป็นฐานข้อมูลลวดลายร่วมกับการสกัดชุดสีหลักด้วยระบบ CIELAB และการวิเคราะห์โครงสร้างลวดลายตามหลัก Visual Grammar จากนั้นจึงแปลองค์ประกอบดังกล่าวเป็นหน่วยซ้ำของลายผ้าเพื่อนำไปออกแบบและพัฒนาต้นแบบ ผลงานที่ได้ประเมินและคัดเลือกแบบที่เหมาะสมด้วยเมทริกซ์ถ่วงน้ำหนัก พร้อมกำหนดแนวทางการผลิตซ้ำด้วย SOP ซึ่งผลการทดสอบทางสถิติยืนยันว่าลายผ้าที่พัฒนามีการยอมรับจากผู้ใช้ทุกช่วงวัย ส่งผลให้แบบจำลองนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบและผลิตลายผ้าเชิงพาณิชย์ได้จริงอย่างยั่งยืน

สรุป

งานวิจัยนี้มุ่งพัฒนาลวดลายผ้าบาติกโดยนำแรงบันดาลใจจากลวดลายกระเบื้องเคลือบของวัดพระเชตุพนฯ มาวิเคราะห์และถอดองค์ความรู้เชิงศิลป์อย่างเป็นระบบ ทั้งด้านโครงสร้างลาย สี และอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับการวิจัยและพัฒนา ตั้งแต่การจัดทำฐานข้อมูลลวดลาย การวิเคราะห์สี ไปจนถึงการออกแบบและผลิตต้นแบบผ้าบาติก ที่มีความสวยงามสื่ออัตลักษณ์ไทยได้ชัดเจนและสามารถผลิตซ้ำได้จริง โดยไม่พบความแตกต่างด้านความพึงพอใจระหว่างช่วงอายุ จึงแสดงให้เห็นว่า การนำมรดกศิลป์ไทยมาตีความใหม่อย่างมีระบบสามารถสร้างงานออกแบบร่วมสมัยที่มีคุณค่าทั้งทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

งานวิจัยนี้ได้องค์ความรู้ที่สำคัญ คือ แบบจำลองการพัฒนาลายผ้าจากมรดกศิลปวัฒนธรรม ในรูปแบบ Extract-Translate-Select-Replicate ซึ่งเป็นกระบวนการที่สามารถแปลงลวดลายดั้งเดิม ให้เป็นลายผ้าร่วมสมัยอย่างเป็นระบบและตรวจสอบได้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการงานหัตถศิลป์ และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมอื่น ทั้งในระดับการศึกษา ชุมชนผู้ผลิต และภาคอุตสาหกรรม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์แบบจำลองดังกล่าวกับมรดกศิลปวัฒนธรรมประเภทอื่น เช่น ลายจิตรกรรมฝาผนัง หรือลายปูนปั้น รวมถึงการขยายขอบเขตการศึกษาไปสู่ วัสดุสิ่งทอ เทคนิค การผลิต และกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ฐากร ถาวรโชติวงศ์. (2566). บาติกแดนใต้ร่วมสมัย สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารปาริชาต*, *36*(3), 203-221. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/view/262435/179198

ตะวัน ตนยะแหละ และสายใจ เบ็ญโส๊ะ. (2566). การสร้างสรรค์ลวดลายและผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกสู่ชุมชนผ่านวิถีเมืองเก่าจังหวัดสงขา. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, *15*(1), 113-134. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fakku/article/view/254126

รัตนา อัตภูมิสุวรรณ์ และธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2564). แนวทางการบริหารธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีพุทธสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, *11*(1), 160-175. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/npuj/article/view/250405/168543

สุพัตรา คงขำ, เครือวัลย์ คงขำ, สุภะรัฐ ยอดระบำ, และอรุณวรรณ ชูสังกิจ. (2564). การศึกษาผ้าบาติกเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช กรณีศึกษา: กลุ่มผ้าบาติกสำเภาทอง ตำบลท้ายสำเภา อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์*, *13*(2), 33-41. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/nakboot/article/view/246140/172312

Anooja, J. (2025). Elements of innovation: A review of literature on craft. *Journal of Innovation and Creativity in the Arts*, 4(2), 87-101. https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100670

Falcon, J. (2021). Designing Consciousness: Psychedelics as Ontological Design Tools for Decolonizing Consciousness. *Design and Culture*, *13*(2), 143-163. https://doi.org/10.1080/17547075.2020.1826182

Kothari, A., & Kumari, S. (2025). Branding and Packaging. *Review Journal of Philosophy & Social Science*, L(1), 92-102. https://doi.org/10.31995/rjpss.2025.v50i01.013

Kunkhet, A., & Chudasri, D. (2022). Developing Design Approaches for Tile Pattern Designs Inspired by Traditional Textile Patterns. *Processes*, *10*(12), 1-19. https://doi.org/10.3390/pr10122744

Li, H., Xue, T., Zheng, Z., Luo, X., Huang, G. (2025) The innovation of traditional handicrafts and cultural identity: A multidimensional value analysis using the DEMATEL-ISM method. *PLoS One*, 20(5), 1-25. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0322893

Li, M., Zhou, H., & Li, M. (2024). Cultural symbols as catalysts for entrepreneurship in the creative economy. *Humanities and Social Sciences Communications*, *19*(5), 1-24. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0301678

Nugraha, A., & Sachari, A. (2021). Craft, design, and cultural identity in contemporary context. *Journal of Design History*, 34(3), 315-330. https://doi.org/10.1093/jdh/epab012

Phukrongpet, P., & Daovisan, H. (2025). Innovative Plant-Dyed Silk Textiles: Does Intangible Cultural Heritage Matter? A Trajectory Equifinality Model. *Heritage, 8*(9), 1-24. https://doi.org/10.3390/heritage8090360

Raghuvanshi, J. (2022). Shaping the handicraft cluster through innovation capability. *Journal of Cultural Heritage*, *6*, 102-117. https://doi.org/10.1016/j.ijis.2022.04.002

Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55. https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd

Yan, H. (2023). Emotional Product Development: Concepts, Framework, and Methodologies. In: Nakamori, Y. (eds) Knowledge Technology and Systems. Translational Systems Sciences, vol 34. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-1075-5_7

Xue, X., Caiguo Xu., Yi, L. & Chenxia, M. (2022). Consumption of Traditional Handicraft Fashion: Motivations Tntentions and Purchase Behaviours. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 4(1), 1-11. https://doi.org/10.1016/j.clrc.2021.100046

การพัฒนารูปแบบการบัญชีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการเงินของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

DEVELOPING AN ACCOUNTING MODEL TO IMPROVE THE FINANCIAL MANAGEMENT EFFICIENCY OF TEMPLES IN BANGKOK YAI DISTRICT, BANGKOK

สุนิสา พิมมานัส
Sunisa pimmanat
วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม
Siam Technology College
*Corresponding Author E-mail: e42186791@gmail.com
Received April 9, 2026; **Revised** June 11, 2026; **Accepted** June 11, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพทั่วไปของการบริหารจัดการบัญชีทางการเงินของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ และเพื่อนำเสนอการพัฒนาการบริหารจัดการบัญชีทางการเงินของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเลือกแบบเจาะจง ผลการวิจัยพบว่า การบริหารการเงินและบัญชีของวัดมีจุดแข็งจากการเป็นศูนย์กลางชุมชนและได้รับความร่วมมือจากคณะสงฆ์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่ยังมีจุดอ่อนด้านบุคลากร ระบบเอกสารล้าสมัย และรายได้ไม่แน่นอน ขณะที่มีโอกาสพัฒนาด้วยเทคโนโลยีและการสนับสนุนจากภาครัฐและการศึกษา อย่างไรก็ตาม ยังเผชิญอุปสรรคด้านความเชื่อมั่น พฤติกรรมการทำบุญที่เปลี่ยนไป จำนวนพระลดลง และภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งจำเป็นต้องพัฒนานวัตกรรมระบบบัญชีที่เหมาะสมสำหรับศาสนสถาน ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า วัดมีการจัดทำบัญชีในรูปแบบดั้งเดิม โดยบันทึกด้วยมือในสมุดบัญชีเพียงเล่มเดียว อีกทั้งไม่มีการจัดทำทะเบียนคุมสินทรัพย์ และการบันทึกบัญชียังไม่เป็นปัจจุบัน นอกจากนี้ ผู้จัดทำบัญชียังขาดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวงจรระบบบัญชี และไม่ได้รับการอบรมด้านการจัดทำบัญชีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น รูปแบบที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วยแบบฟอร์มบัญชีรายรับ–รายจ่าย สมุดทะเบียนทรัพย์สิน และตารางสรุปงบประจำปีในรูปแบบ Microsoft Excel ที่ออกแบบให้ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และสอดคล้องกับการปฏิบัติงานของวัด โดยเน้นความไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน พร้อมทั้งพัฒนาระบบบัญชีรายรับ–รายจ่าย ระบบควบคุมทรัพย์สิน และแนวทางการบริหารจัดการด้านการเงินและการบัญชีของวัดในกรุงเทพมหานคร ให้สอดคล้องกับกฎกระทรวงฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2511) ออกตามความในพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยให้วัดสามารถบริหารจัดการด้านการเงินและการบัญชีได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีความโปร่งใส และเกิดประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การพัฒนา, การบริหารจัดการ, การเงินการบัญชีของวัด, ประสิทธิภาพ, กรุงเทพมหานคร

Abstract

This research aims to analyze the general state of financial accounting management in public temples in Bangkok Yai district and to propose improvements to

such management. This qualitative research used purposive sampling and found that the temples' financial and accounting management has strengths due to their central role in the community and cooperation from the monastic community and related agencies. However, it faces weaknesses in personnel, outdated documentation systems, and uncertain income. Opportunities for improvement are found through technology and support from the government and education. Nevertheless, the remained obstacles include trust, changing donation patterns, a declining number of monks, and economic conditions. Therefore, developing an innovative and appropriate accounting system for religious institutions is necessary. In-depth interviews revealed that temples maintain traditional accounting methods, manually recording entries in a single ledger. Furthermore, the temples lack asset registers, and accounting records are outdated. Additionally, accountants lack basic knowledge of the accounting cycle and continuous accounting training. Therefore, the developed system comprises income and expenditure accounting forms, an asset register, and an annual budget summary table in Microsoft Excel format. This system is designed for ease of use, simplicity, and alignment with the temples' operational needs, emphasizing ease of accessibility. The research also focuses on developing an income and expenditure accounting system, an asset control system, and guidelines for financial and accounting management in Bangkok temples. In accordance with Ministerial Regulation No. 2 (1968) issued under the Sangha Act of 1962, this measure will enable temples to manage their finances and accounting correctly, legally, transparently, and efficiently.

Keywords: Development, Management, Temple Finance and Accounting, Efficiency, Bangkok.

บทนำ

วัดมีความสำคัญต่อสังคมไทยในฐานะที่เป็นศูนย์กลางทางศาสนา, สังคม, และวัฒนธรรม วัดเป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา, เป็นแหล่งเรียนรู้, และเป็นที่พึ่งทางจิตใจของคนในชุมชน นอกจากนี้ วัดยังเป็นศูนย์กลางของกิจกรรมทางสังคม, ศิลปวัฒนธรรม, เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของพุทธศาสนิกชนทุกคน พุทธศาสนิกชนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนา อุปถัมภ์ และบำรุงรักษาวัด โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่วิถีชีวิตเร่งรีบมากขึ้น การบริจาคเงินจึงเป็นรูปแบบที่นิยมมากที่สุด เนื่องจากพุทธศาสนิกชนถือว่าการบริจาคทรัพย์เป็นการทำบุญและทำนุบำรุงพระพุทธศาสนา อย่างแท้จริง (ทวีศักดิ์ จันทร์สุข, 2561) ตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 วัดเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย เจ้าอาวาสมีหน้าที่รับผิดชอบปกครองดูแลกิจการและทรัพย์สินของวัด (กฎกระทรวง ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2511) ออกตามความในพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505, 2511) ข้อ 6 กำหนดให้เจ้าอาวาสจัดให้ไวยาวัจกรทำบัญชีรับ-จ่ายเงิน และเมื่อสิ้นปีให้ทำบัญชีเงินรับ-จ่ายและคงเหลือ ข้อ 8 ให้สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติกำหนด แบบทะเบียน บัญชี และให้คำแนะนำการปฏิบัติแก่วัดเกี่ยวกับการจัดการการเงินและบัญชี แม้สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติจะกำหนดแบบพิมพ์สำหรับวัดใช้

แล้ว แต่ยังพบปัญหาการจัดทำบัญชีของวัด ได้แก่ วัดแต่ละแห่งจัดทำบัญชีเอง ไม่แบ่งแยกหน้าที่ผู้ดูแลทรัพย์สินกับผู้ทำบัญชีเนื่องจากจำกัดบุคลากร ผู้ทำบัญชีขาดความรู้ความสามารถด้านบัญชี และการบริหารทรัพย์สิน ขาดเอกสารสำคัญในการรับ-จ่ายเงินบริจาค เจ้าอาวาส และไวยาวัจกรเป็นผู้รับผิดชอบการเงินหลัก แต่ส่วนใหญ่ขาดความรู้ด้านบัญชี ทำให้ไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลการเงินหรือแสดงการใช้จ่ายที่ถูกต้องได้ ส่งผลให้การควบคุมทรัพย์สินไม่มี ประสิทธิภาพ อาจเกิดช่องทางทุจริตเนื่องจากขาดระบบควบคุมภายในที่ดี ประกอบกับวิถีชีวิตคนเปลี่ยนแปลง วัดจึงต้องปรับตัวตามการดำเนินชีวิตของชุมชนด้วย (จารุณี สิงหกุล และพระมหาหรรษา ธมฺมหาโส, 2563)

ปัจจุบันการดำเนินงานของวัดกำลังเผชิญกับวิกฤตศรัทธาต่อพระพุทธศาสนาในด้านภาพลักษณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการบริหารจัดการทางการเงิน ซึ่งส่วนใหญ่ยังขาดโครงสร้างการบริหารที่เป็นระบบ วัดบางแห่งประสบปัญหาการบริหารการเงินที่ไม่มีประสิทธิภาพและขาดความโปร่งใส ส่งผลให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างไม่เหมาะสม การรายงานทางการเงินไม่ชัดเจน และการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ด้านการเงินและการบัญชี ดังนั้น แนวทางในการแก้ไขปัญหาควรมุ่งเน้นการพัฒนาระบบบัญชีใหม่ให้เป็นมาตรฐานและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยระบบบัญชีดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการควบคุมภายในด้านบัญชีการเงิน และการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดทำข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ ทั้งยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับดูแลการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ ระบบควบคุมภายในที่ดีควรประกอบด้วย (1) การกำกับดูแลและรักษาสินทรัพย์รวมถึงเอกสารหลักฐาน (2) การควบคุมความถูกต้องและความครบถ้วนของรายการบัญชี (3) การควบคุมทรัพย์สิน โดยกำหนดผู้รับผิดชอบดูแลรักษาทรัพย์สินให้แยกจากผู้มีหน้าที่บันทึกบัญชีและอนุมัติรายการ พร้อมทั้งกำหนดระเบียบการเคลื่อนย้ายและจำกัดการเข้าถึงอย่างชัดเจน (4) การกระทบยอดบัญชี โดยต้องวิเคราะห์ความแตกต่างและปรับปรุงรายการบัญชีตามความจำเป็น และ (5) การตรวจสอบความถูกต้องกับบุคคลที่สาม เช่น การเปรียบเทียบยอดบัญชีกับใบแจ้งยอดจากหน่วยงานภายนอก เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลทางการเงิน (ณนัทธ์ ทัตตินาพานิช, 2568)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบบัญชีมาตรฐานสำหรับวัดโดยองค์ประกอบสำคัญที่ควรมี ได้แก่ สมุดเงินสด บัญชีแยกประเภท บัญชีรายรับ–รายจ่ายของวัด และงบแสดงรายรับ–รายจ่ายพร้อมเงินคงเหลือประจำปี อย่างไรก็ตาม แม้งานศึกษาที่ผ่านมาได้กล่าวถึงปัญหาการบริหารการเงินของวัดในภาพรวม แต่ยังขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการพัฒนาระบบบัญชีที่เหมาะสมกับบริบทของวัดในเขตเมืองเก่า เช่น เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีวัดราษฎร์จำนวนมากตั้งอยู่ท่ามกลางชุมชนดั้งเดิม มีการพึ่งพารายได้จากการทำบุญของประชาชนเป็นหลัก และเผชิญข้อจำกัดด้านบุคลากรผู้มีความรู้ทางบัญชี รวมถึงการปรับตัวต่อระบบการเงินดิจิทัลและความคาดหวังด้านความโปร่งใสจากสังคมยุคปัจจุบัน จึงทำให้เกิดช่องว่างทางองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการบัญชีที่เหมาะสมกับบริบทของวัดในพื้นที่ดังกล่าว ทั้งนี้ ผู้วิจัยซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในเขตบางกอกใหญ่ จึงมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการบัญชีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการเงินของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร” เพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้และกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรคณะสงฆ์ ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการบัญชีและการเงินของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการบริหารจัดการเงินและการบัญชีของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อนำเสนอการพัฒนาการบริหารจัดการการเงินและการบัญชีของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

บทความวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบัญชีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการเงินของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา

การพัฒนาตามทัศนะทางวิชาการคือกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผน เพื่อยกระดับองค์รวมของสังคม โดยมีรากฐานมาจาก ทฤษฎีความทันสมัย (Modernization Theory) ที่เน้นการขยายตัวของอุตสาหกรรมและรายได้ประชาชาติ (Rostow, 1960) ผสานเข้ากับ ทฤษฎีการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างความสมดุลระหว่างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ ความเท่าเทียมในสังคม และความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อมเพื่อประโยชน์ของคนรุ่นหลัง (World Commission on Environment and Development, 1987) ภายใต้แนวคิด การพัฒนาโดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (People-Centered Development) ที่ให้ความสำคัญกับการขยายขีดความสามารถและสิทธิเสรีภาพของบุคคลเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่แท้จริง (Sen, 1999)

ซึ่งจากแนวคิดของนักวิชาการข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาคือกระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างเป็นระบบเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของมนุษย์ให้ดีขึ้น โดยการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความเข้มแข็งของสังคม และความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติภายใต้การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการบัญชีทางการเงิน

การบริหารจัดการบัญชีทางการเงินคือกระบวนการจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศทางการเงินที่มีคุณภาพตามกรอบแนวคิดรายงานทางการเงินเพื่อความมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ (Decision Usefulness) โดยประยุกต์ใช้ ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) เพื่อควบคุมความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างผู้บริหารและเจ้าของ (Jensen & Meckling, 1976) ผสานกับการใช้หลักความคงค้าง (Accrual Basis) และการจับคู่รายได้กับค่าใช้จ่าย (Matching Principle) เพื่อสะท้อนฐานะการเงินที่แท้จริงตามมาตรฐานรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ (IFRS) รวมถึงการบริหารโครงสร้างเงินทุนตาม ทฤษฎีลำดับขั้นการระดมทุน (Pecking Order Theory) เพื่อสร้างมูลค่าสูงสุดให้แก่กิจการและผู้มีส่วนได้เสีย (Myers & Majluf, 1984)

ซึ่งจากแนวคิดของนักวิชาการข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า การบริหารจัดการบัญชีทางการเงินเป็นกระบวนการจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินที่มีคุณภาพตามกรอบแนวคิดเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจ โดยอาศัยทฤษฎีสำคัญ เช่น ทฤษฎีตัวแทนเพื่อจัดการความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หลักความคงค้างและการจับคู่รายได้กับค่าใช้จ่ายเพื่อสะท้อนฐานะการเงินที่แท้จริง และทฤษฎีลำดับขั้น

การระดมทุนเพื่อกำหนดโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม อันนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าสูงสุดให้แก่กิจการและผู้มีส่วนได้เสีย

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวข้องกับบัญชีทางการเงิน

ทฤษฎีบัญชีทางการเงินคือกรอบแนวคิดเชิงตรรกะที่ใช้ในการอธิบายและกำหนดแนวปฏิบัติในการรายงานข้อมูลสารสนเทศทางการเงิน โดยมีหัวใจหลักอยู่ที่ ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ซึ่งมุ่งเน้นการลดความเหลื่อมล้ำของข้อมูล (Information Asymmetry) และควบคุมความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างผู้บริหารและเจ้าของผ่านการรายงานทางการเงินที่โปร่งใส (Jensen & Meckling, 1976) ประยุกต์ร่วมกับ ทฤษฎีการตัดสินใจ (Decision Usefulness Theory) ที่กำหนดให้ข้อมูลบัญชีต้องมีคุณลักษณะเชิงคุณภาพด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและการเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมตามกรอบแนวคิดรายงานทางการเงินสากล (IASB, 2018) ภายใต้การบันทึกตาม เกณฑ์คงค้าง (Accrual Basis) เพื่อสะท้อนเนื้อหาทางเศรษฐกิจที่แท้จริงมากกว่ากระแสเงินสด และยังรวมถึงการพิจารณาพฤติกรรมการเลือกนโยบายบัญชีของผู้บริหารตาม ทฤษฎีเชิงบวกทางบัญชี (Positive Accounting Theory) เพื่อพยากรณ์ผลกระทบของการจัดทำรายงานต่อสัญญาและต้นทุนทางการเมืองขององค์กร (Watts & Zimmerman, 1986)

ซึ่งจากแนวคิดของนักวิชาการข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า บัญชีทางการเงินคือระบบการจัดทำสารสนเทศเชิงปริมาณที่อาศัย ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) ในการลดความเหลื่อมล้ำของข้อมูลระหว่างผู้บริหารและผู้ถือหุ้น ผ่านการรายงานผลการดำเนินงานตาม เกณฑ์คงค้าง (Accrual Basis) และคุณภาพข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ (Decision Usefulness) ตามกรอบแนวคิดการรายงานทางการเงินสากล เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ทางเศรษฐกิจที่เที่ยงธรรมและสนับสนุนการตัดสินใจของผู้ใช้ข้อมูลภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพตามแนวทางของ ทฤษฎีเชิงบวกทางบัญชี

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวข้องกับหลักการบริหารบัญชีทางการเงินของวัด

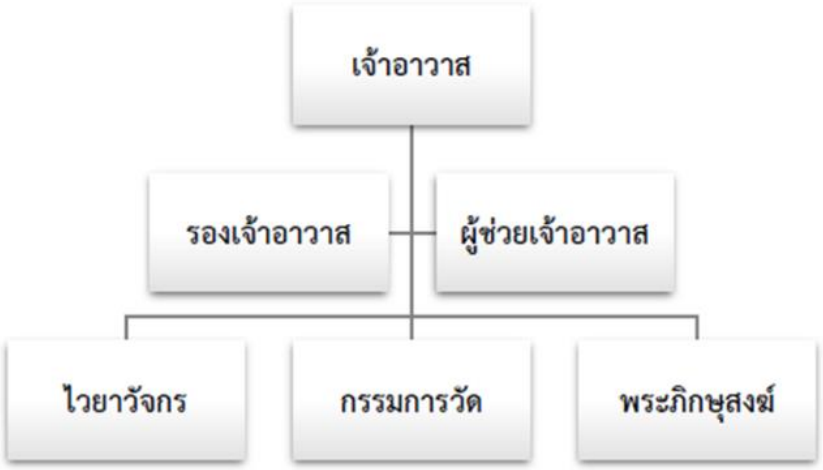
การบริหารบัญชีทางการเงินของวัดคือกระบวนการประยุกต์ใช้ ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) เพื่อสร้างความโปร่งใสและภาระรับผิดชอบต่อผู้บริจาค (Jensen & Meckling, 1976) ผ่านระบบ บัญชีเงินกองทุน (Fund Accounting) ที่แยกแยะเงินตามวัตถุประสงค์เฉพาะของสาธุชน ผสานกับการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ (Decision Usefulness) และการกำกับดูแลที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อรักษาสมดุลระหว่างศาสนบัญญัติและกฎหมายการรายงานทางการเงินของหน่วยงานไม่แสวงหาผลกำไร (Anthony & Young, 2003)

โครงสร้างการบริหารจัดการศาสนสมบัติของวัด

โครงสร้างการบริหารจัดการศาสนสมบัติของวัดคือระบบการบริหารงานนิติบุคคล โดยมีเจ้าอาวาส เป็นผู้รับผิดชอบหลักภายใต้การสนับสนุนของ ไวยาวัจกรและคณะกรรมการวัด เพื่อจัดระเบียบที่ดินและทรัพย์สินให้เป็นไปตามพระธรรมวินัยและกฎหมาย โดยมีการจัดทำบัญชีแยกประเภทกองทุนเพื่อภาระรับผิดชอบต่อสาธุชนและรัฐตาม พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 และระเบียบมหาเถรสมาคมว่าด้วยการรับจ่ายและรักษาเงินของวัด พ.ศ. 2563 (มหาเถรสมาคม, 2563)

การบริหารจัดการศาสนสมบัติของวัด เป็นไปตามพระธรรมวินัย กฎหมาย กฎมหาเถรสมาคม ข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่ง มติ ประกาศ และพระบัญชาสมเด็จพระสังฆราช ภาระหน้าที่ของพระสังฆาธิการที่จะใช้ศาสตร์และศิลป์ ใช้ความรู้ ความสามารถในการบริหารงานคณะสงฆ์ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ

ตามบทบาทที่ได้รับมอบหมาย โดยการดำเนินตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์และกฎมหาเถรสมาคม สามารถสรุปได้ตามภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงแผนผังโครงสร้างการบริหารจัดการศาสนสมบัติของวัด

อธิบายองค์ประกอบของภาพโครงสร้าง

1. ระดับผู้นำสูงสุด (Top Management) : เจ้าอาวาส (Chief Abbot): (ภาพพระสงฆ์อาวุโส นั่งบนธรรมมาสน์ ถือตราประทับและกุญแจ)

บทบาท : นิติบุคคล ผู้แทนวัดตามกฎหมาย มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดในการบริหารจัดการและศาสนสมบัติ

2. ระดับผู้ช่วยผู้บริหาร (Executive Assistants) : รองเจ้าอาวาส / ผู้ช่วยเจ้าอาวาส (Deputy/Assistant Abbot): (ภาพพระสงฆ์วัยกลางคน ถือสมุดบันทึกและแท็บเล็ต)

บทบาท : รับมอบอำนาจจากเจ้าอาวาส ดูแลงานเฉพาะด้าน เช่น งานปกครอง, งานการศึกษา, งานสาธารณูปการ

3. ระดับปฏิบัติการและตรวจสอบ (Operational & Oversight) : ไวยาวัจกร (Lay Assistant) : (ภาพชายคฤหัสถ์ ใส่ชุดสุภาพ ถือกระเป๋าเอกสารและเครื่องคิดเลข)

บทบาท : คฤหัสถ์ผู้ได้รับแต่งตั้งให้ดูแลการรับ-จ่ายเงิน บันทึกบัญชี และรักษาทรัพย์สินแทนพระสงฆ์ตามพระธรรมวินัย

คณะกรรมการวัด (Temple Committee) : (ภาพกลุ่มคนหลากหลายวัย ทั้งชายและหญิง ผู้นำชุมชน ยืนหารือกันข้างโมเดลจำลองวัด)

บทบาท : ร่วมวางแผน ตรวจสอบการใช้จ่ายงบประมาณ และให้ความเห็นชอบในโครงการสำคัญของวัด

4. ระดับชุมชนสงฆ์ (Monastic Community) : พระภิกษุสงฆ์ (Monks): (ภาพกลุ่มพระสงฆ์ยืนเรียงแถว ถือบาตรและหนังสือสวดมนต์)

บทบาท : ปฏิบัติศาสนกิจ ศึกษาพระธรรมวินัย และสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของวัด

สรุปโครงสร้างการบริหารงานวัด คือ ระบบการทำงานนิติบุคคลที่มี เจ้าอาวาสเป็นผู้รับผิดชอบหลักภายใต้การกำกับดูแลของเจ้าคณะปกครอง โดยมี ไวยาวัจกรและคณะกรรมการวัด

เป็นผู้ดำเนินงานด้านบัญชีและการเงินตามหลักการแยกหน้าที่ (Segregation of Duties) เพื่อจัดระเบียบศาสนสมบัติให้เป็นไปตามพระธรรมวินัยและกฎหมาย ผ่านระบบการรายงานแยกประเภทกองทุน (Fund Accounting) เพื่อสร้างภาระรับผิดชอบต่อรัฐและชุมชนตาม พระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 (และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) และ ระเบียบมหาเถรสมาคมว่าด้วยการจัดทำบัญชีรับจ่ายเงินของวัด พ.ศ. 2563

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิด การวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียด ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่มเฉพาะเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งศึกษาค้นหาแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ คัดเลือกโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลว่าต้องเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการเงินและบัญชีของวัด มีความรู้พื้นฐานด้านการจัดทำบัญชี และสามารถประยุกต์ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ ประกอบด้วยพระภิกษุ สามเณร และไวยาวัจกรของวัด จำนวน 15 รูป/คน ทั้งนี้ แม้ไวยาวัจกรจะเป็นผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีโดยตรง แต่การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาทั้งในระดับนโยบายการกำกับดูแล และการปฏิบัติงานจริงภายในวัด จึงจำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากพระภิกษุและสามเณร

ซึ่งมีบทบาทในการบริหารจัดการและกำกับดูแลการเงินของวัดร่วมด้วย เพื่อให้ข้อมูลมีความครบถ้วนและสอดคล้องกับบริบทการบริหารจัดการของวัดในพื้นที่ศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง โดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา เพื่อใช้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการบัญชีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการเงินของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการโดยใช้เครื่องมือวิจัยที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และแนวคำถามการสนทนากลุ่มเฉพาะ ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 และมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 0.91 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ติดต่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์ พร้อมนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ จากนั้นดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกตามประเด็นที่กำหนดไว้อย่างครบถ้วน โดยได้รับอนุญาตให้ใช้วิธีการจดบันทึกและบันทึกเสียงประกอบการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังใช้การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) โดยสังเกตกระบวนการจัดทำบัญชี การจัดเก็บเอกสารทางการเงิน และขั้นตอนการบริหารจัดการด้านการเงินของวัด เพื่อศึกษาสภาพการปฏิบัติงานจริงโดยไม่เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมดังกล่าว อันจะช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สะท้อนบริบทการดำเนินงานจริงของวัดในพื้นที่ศึกษา อีกทั้ง ผู้วิจัยได้จัดการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) ร่วมกับพระภิกษุ สามเณร และผู้เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการเงินของวัด เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาระบบบัญชีของวัด ตลอดจนร่วมกันวิเคราะห์ความเหมาะสมของรูปแบบบัญชีที่พัฒนาขึ้น เพื่อให้ข้อมูลมีความครอบคลุม ถูกต้อง และสอดคล้องกับบริบทการดำเนินงานจริงของวัดในพื้นที่ศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ ก่อนนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อทำการตีความและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูล อันนำไปสู่การสรุปผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า 1. สภาพทั่วไปในการบริหารจัดการบัญชีทางการเงินของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ พบว่า 1) ด้านจุดแข็ง ได้แก่ วัดมีเจ้าอาวาสเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงในการบริหารจัดทำบัญชี วัด แต่งตั้งไวยาวัจกร เป็นผู้ช่วยรับผิดชอบ วัดมีฐานะเป็นนิติบุคคล มีสิทธิและหน้าที่ตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ 2) ด้านจุดอ่อน ได้แก่ ผู้บริหารคณะสงฆ์ขาดความเข้าใจในหลักการของโครงสร้าง และการบริหารจัดการระบบบัญชีที่ถูกต้อง 3) ด้านโอกาส ได้แก่ มีกฎหมาย กฎกระทรวง ในการดูแลรักษาศาสนสมบัติ พัฒนาบุคลากร ให้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับ การบริหารการเงินให้แก่วัดอย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ระบบแอพพลิเคชั่น หรือโปรแกรมสำเร็จรูป และ 4) ด้านอุปสรรค ได้แก่ มีรูปแบบบัญชีทางการเงิน ค่อนข้างมีรายละเอียดที่เป็นนัยสำคัญหลายมิติ กฎหมายและกฎระเบียบข้อบังคับที่มีอยู่ยังไม่ เพียงพอในทุกมิติ ระบบเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ที่เปลี่ยนไปรวมถึงสถานการณ์โรคระบาดในปัจจุบันที่เป็นปัจจัยสำคัญ 2. การพัฒนาการบริหารจัดการบัญชีทางการเงินของวัดพบว่า 1) ด้านสมุดบัญชีรายรับรายจ่ายรายวัน ได้แก่ เจ้าอาวาสต้องแต่งตั้งไวยาวัจกรหรือผู้จัด ประโยชน์ของวัด มอบหมายเป็นลายลักษณ์อักษร ให้จัดทำบัญชีรับจ่ายเงินของวัด บัญชีรับจ่าย ประจำเดือนตามแบบ (ศบว.5) เมื่อทุกสิ้นเดือนให้รวบรวมยอดรับจ่าย หักยอดคงเหลือและยอด ยกไปเดือนต่อไป จะต้องทำรายการรับและจ่ายทุกรายการไปลงบัญชีในบัญชีแยกประเภท เพื่อ ประโยชนในการจัดทำรายงานบัญชีรับจ่ายในทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง ส่วนเงินการกุศล ให้เก็บรักษาตามความประสงค์ของผู้บริจาค ถ้าผู้บริจาคมิได้แจ้งความประสงค์ไว้ ให้อนุโลมตามการ เก็บรักษาเงินผลประโยชน์ของวัด เมื่อจัดทำบัญชีโดยสมุดบัญชีเงินสด บัญชีแยกประเภทให้เป็น ปัจจุบันแล้วให้วัดเก็บรักษาไว้ที่วัด เพื่อประโยชนในการตรวจสอบ ควรตรวจทุกเดือนไม่ควรทิ้งระยะวลานานเกินไป และเก็บรักษาบัญชีไว้เป็นหลักฐานต่อไป เป็นต้น 2) ด้านสมุดบัญชีงบปีมี ประเด็นสำคัญ ได้แก่ เจ้าอาวาสต้องตั้งไวยาวัจกรหรือผู้จัดประโยชน์ของวัด มอบหมายเป็นลายลักษณ์อักษรให้จัดทำบัญชีรับจ่ายเงินของวัด บัญชีงบปีตามแบบ (ศบว.6) ตัดยอดวันที่ 31 ธันวาคม แยกรายรับ รายจ่าย ทั้งปีออกเป็นประเภท เมื่อหักแล้วคงเหลือเงินเท่าใด เมื่อสิ้นปีปฏิทินให้ทำบัญชีเงินรับจ่ายและคงเหลือทั้งนี้ ให้เจ้าอาวาสตรวจตราดูแลให้เป็นไปโดยเรียบร้อย และถูกต้อง และนำส่งรายงานต่อเจ้าคณะผู้ปกครองสงฆ์ตามลำดับจนถึงสำนักงาน พระพุทธศาสนา พร้อมทั้งเก็บรักษาบัญชีไว้เป็นหลักฐาน

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้จัดทำบัญชีส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในการจัดทำบัญชีตามหลักวิชาการ โดยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของการบริหารจัดการการเงินและการบัญชีของวัด พบว่ามีจุดแข็ง ได้แก่ การที่วัดเป็นศูนย์กลางของชุมชนในสังคมไทย มีความร่วมมือจากคณะสงฆ์ รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติและสถาบันการศึกษาด้านบัญชีในพื้นที่ ขณะเดียวกันยังมีจุดอ่อนที่สำคัญ คือ การขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการเงินและบัญชี ระบบการจัดการเอกสารทางการเงินที่ล้าสมัย การพึ่งพารายได้จากเงินบริจาคที่ไม่แน่นอน และการไม่แยกบัญชีตามวัตถุประสงค์ของเงินบริจาคอย่างชัดเจน ส่วนด้านโอกาส ได้แก่ การพัฒนาระบบการเงินดิจิทัล การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ความร่วมมือกับภาคการศึกษา และการพัฒนาหลักสูตรด้านการบริหารจัดการวัด ขณะที่อุปสรรคสำคัญ ได้แก่ การขาดความเชื่อมั่นของประชาชนต่อความโปร่งใสของวัด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำบุญ การลดลงของจำนวนพระสงฆ์ และภาวะเศรษฐกิจถดถอย ซึ่งล้วนส่งผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการเงินและบัญชีของวัดในภาพรวม

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาการบริหารจัดการการเงินและการบัญชีของวัดในกรุงเทพมหานครดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎกระทรวงฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2511) ซึ่งออกตามความในพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ. 2505 โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ การได้มาซึ่งทรัพย์สินเพื่อเป็นศาสนสมบัติของวัด การจัดสรรที่ดินเพื่อประโยชน์ของวัด การให้เช่าที่ดินหรืออาคาร การให้เช่าที่ธรณีสงฆ์ และการเก็บรักษาเงินของวัดผ่านระบบเอกสารรับ–จ่ายที่สามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ร่วมกับผู้จัดทำบัญชีของวัดออกแบบ “ระบบบัญชีอย่างง่ายสำหรับวัด” เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำบัญชีและควบคุมทรัพย์สินของวัดให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น โดยระบบดังกล่าวถูกพัฒนาในรูปแบบเอกสารและไฟล์ Microsoft Excel ที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน และเหมาะสมกับบริบทของวัดที่มีข้อจำกัดด้านบุคลากรและความรู้ทางบัญชี ระบบบัญชีอย่างง่ายที่พัฒนาขึ้น

ประกอบด้วยสมุดบัญชีรายรับ–รายจ่ายรายวันสำหรับบันทึกรายการทางการเงินประจำวัน บัญชีแยกประเภทเพื่อจำแนกรายการตามหมวดหมู่ ทะเบียนคุมทรัพย์สินสำหรับบันทึกข้อมูลครุภัณฑ์และทรัพย์สินของวัด แบบสรุปรายงานรายเดือน และงบแสดงรายรับ–รายจ่ายประจำปี ทั้งนี้ รูปแบบดังกล่าวมุ่งเน้นให้สามารถบันทึกข้อมูลได้อย่างเป็นปัจจุบัน ตรวจสอบย้อนหลังได้ง่าย ลดความซ้ำซ้อนของเอกสาร และช่วยสนับสนุนการบริหารจัดการด้านการเงินของวัดให้มีความถูกต้อง โปร่งใส และสอดคล้องกับกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า การบริหารจัดการการเงินและการบัญชีของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร มีลักษณะที่หลากหลายและยังขาดความเป็นระบบที่ชัดเจน โดยส่วนใหญ่ยังคงใช้วิธีการบันทึกบัญชีแบบดั้งเดิม เช่น การบันทึกด้วยมือ และไม่มีโครงสร้างการจัดทำบัญชีที่เป็นมาตรฐาน ทั้งนี้เพราะวัดส่วนใหญ่ยังขาดการพัฒนานวัตกรรมระบบบัญชีที่เหมาะสม รวมถึงขาดการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในรูปแบบใหม่อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ข้อมูลทางการเงินไม่ครบถ้วนและยากต่อการตรวจสอบ สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยของ Jimenez & Sanz-Valle (2011) ที่กล่าวถึงนวัตกรรมว่าเป็นการนำสิ่งที่มีอยู่มาพัฒนาในรูปแบบใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (Jimenez & Sanz-Valle, 2011) และสอดคล้องกับพระปลัดบรรจง วิสารโท (บุญเพ็ง) (2566) ที่พบว่าการบริหารจัดการบัญชีทางการเงินของวัดในจังหวัดปทุมธานี ใช้วงจรคุณภาพ PDCA เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับกฎกระทรวงและมีประสิทธิภาพมากขึ้น (พระปลัดบรรจง วิสารโท (บุญเพ็ง), 2566) ทั้งนี้ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชีวัด เช่น พระภิกษุและสามเณร ส่วนใหญ่ขาดความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการจัดทำบัญชีอย่างถูกต้อง อีกทั้งยังไม่ได้รับการฝึกอบรมที่เหมาะสม ทำให้การดำเนินงานด้านบัญชีไม่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะบทบาทหน้าที่ด้านบัญชีไม่ได้ถูกกำหนดอย่างชัดเจน และขาดการสนับสนุนด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานไม่ตระหนักถึงความสำคัญของระบบบัญชี สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยของ พระประจิรักษ์ มหาปณฺโญ (เมฆหมอก), ประเสริฐ ธิลาว และพระมหากฤษฎา กิตฺติโสภโณ (2561) ที่ระบุว่าเจ้าอาวาสหรือผู้รับผิดชอบยังขาดความรู้ด้านบัญชี (พระประจิรักษ์ มหาปณฺโญ (เมฆหมอก) และคณะ, 2561) รวมถึงสอดคล้องกับพระครูสุภัทกิจจานุการ, ปรัชญา บุตรสะอาด และวรพจน์ ก้องเสนาะ (2567) ที่พบว่า มีระบบบัญชีทางการเงินที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล และเอื้อต่อการบริหารจัดการที่ดีขององค์กรทางศาสนาและสังคมโดยรวม (พระครูสุภัทกิจจานุการ, ปรัชญา บุตรสะอาด และวรพจน์ ก้องเสนาะ, 2567) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในบริบทของเขตบางกอกใหญ่ พบว่า ปัญหาดังกล่าวยังคงฝังรากลึก แม้ปัจจุบันจะมีเทคโนโลยีและโปรแกรมสำเร็จรูปด้านบัญชีที่สามารถเข้าถึงได้มากขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากวัดส่วนใหญ่ในพื้นที่เป็นวัดดั้งเดิมที่มีรูปแบบการบริหารงานยึดโยงกับวัฒนธรรมและวิถีปฏิบัติแบบเดิม จึงยังคงให้ความสำคัญกับการบันทึกข้อมูลด้วยเอกสารมากกว่าระบบดิจิทัล ประกอบกับบุคลากรของวัดส่วนใหญ่ไม่ได้มีพื้นฐานด้านบัญชีหรือเทคโนโลยีสารสนเทศโดยตรง อีกทั้งวัดยังมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ อุปกรณ์ และบุคลากรสนับสนุนในการพัฒนาระบบบัญชีสมัยใหม่ นอกจากนี้ ความกังวลเกี่ยวกับความยุ่งยากในการใช้งานเทคโนโลยี การขาดการอบรมอย่างต่อเนื่อง และการไม่มีหน่วยงานกลาง

ที่กำหนดรูปแบบบัญชีมาตรฐานสำหรับวัดอย่างชัดเจน ล้วนส่งผลให้การปรับเปลี่ยนระบบบัญชีของวัดเกิดขึ้นได้ค่อนข้างช้า จึงสะท้อนให้เห็นว่าปัญหาการบริหารจัดการบัญชีของวัดไม่ได้เกิดจากข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับบริบททางวัฒนธรรม โครงสร้างการบริหาร และการพัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในวัดร่วมด้วย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การพัฒนานวัตกรรมระบบบัญชีของวัดยังอยู่ในระดับจำกัด โดยยังไม่มีการนำเทคโนโลยีหรือระบบบัญชีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการข้อมูลทางการเงินอย่างแพร่หลาย และขาดการสื่อสารภายในองค์กรเกี่ยวกับระบบบัญชี ทั้งนี้เพราะวัดยังขาดทรัพยากรทั้งด้านบุคลากร ความรู้ และเทคโนโลยี รวมถึงไม่มีแนวทางการพัฒนาระบบบัญชีอย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้การจัดทำบัญชียังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการด้านความโปร่งใสและตรวจสอบได้ สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยของทิพวรรณ รัตนพรหม (2569) ที่กล่าวถึงการจัดการระบบบัญชี ความร่วมมือในการขับเคลื่อนการเติบโต และความได้เปรียบทางการแข่งขันในยุคดิจิทัล มีอิทธิพลต่อการพัฒนาระบบบัญชีดิจิทัลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ของประเทศไทย โดยแนวทางการพัฒนาเน้นการจัดวางระบบบัญชีตามมาตรฐานสากล การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบคลาวด์ การเชื่อมโยงข้อมูลแบบเรียลไทม์ และการจัดเก็บข้อมูลอย่างปลอดภัย เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการตัดสินใจทางธุรกิจ รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา เพื่อยกระดับสมรรถนะระบบบัญชีดิจิทัลอย่างยั่งยืน (ทิพวรรณ รัตนพรหม, 2569) รวมถึงพระสุธีวีรบัณฑิต และคณะ (2561) ที่พบว่าการบริหารการเงินวัดมักอยู่ในความรับผิดชอบของบุคคลจำกัด และยังขาดระบบที่ชัดเจน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



แผนภาพที่ 3 แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากภาพ อธิบายได้ว่าการพัฒนารูปแบบการบัญชีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการเงินของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ควรสำรวจจัดทำทะเบียนทรัพย์สิน จัดตั้งคณะกรรมการบริหาร กำหนดนโยบายชัดเจน ประเมินมูลค่าทรัพย์สิน พัฒนาสัญญาเช่ามาตรฐาน สร้างระบบคัดเลือกผู้เช่าที่โปร่งใส จัดทำระบบบัญชีรายรับ ติดตามการชำระค่าเช่า ตรวจสอบการใช้ประโยชน์ และวางแผน การใช้รายได้ ด้านการให้เช่าที่ธรณีสงฆ์ ต้องจำแนกประเภทที่ดิน สำรวจจัดทำทะเบียน ขออนุญาตตามกฎหมาย จัดตั้งคณะกรรมการ กำหนดนโยบาย ประเมินมูลค่า จัดทำสัญญาเช่า สร้างระบบคัดเลือกผู้เช่า พัฒนาระบบบัญชีการเงิน ติดตามการชำระ และตรวจสอบ การใช้ประโยชน์ การพัฒนาทั้งหมดนี้ต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบ โปร่งใส คำนึงถึง ประโยชน์สูงสุดของวัดและชุมชน ภายใต้กรอบกฎหมายและพระธรรมวินัย เพื่อสร้างรายได้ มั่นคงสำหรับทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาอย่างยั่งยืน ช่วยให้วัดบริหารจัดการได้อย่าง มีประสิทธิภาพและสร้างประโยชน์สูงสุดต่อพระพุทธศาสนาและสังคม

สรุป

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การบริหารจัดการบัญชีทางการเงินของวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ มีทั้งจุดแข็งด้านโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจนและสถานะทางกฎหมาย จุดอ่อนด้านความรู้ความเข้าใจของผู้จัดทำบัญชีและระบบเอกสารที่ล้าสมัย โอกาสจากการสนับสนุนของภาครัฐ เทคโนโลยี และสถาบันการศึกษา รวมถึงอุปสรรคจากข้อจำกัดของกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม และความเชื่อมั่นของประชาชน โดยแนวทางพัฒนาคือการจัดทำบัญชีรายวันและงบปีอย่างเป็นระบบตามแบบที่กำหนด การมอบหมายหน้าที่อย่างชัดเจน การตรวจสอบและจัดเก็บเอกสารอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใส ถูกต้องและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทางการเงินของวัดอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแนวทางและพัฒนาระบบบัญชีวัดที่เป็นมาตรฐาน รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบการออกนโยบายเพื่อยกระดับการบริหารจัดการวัดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2) วัดและผู้บริหารวัด (เจ้าอาวาสหรือคณะกรรมการวัด) สามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงระบบการจัดทำบัญชีและการบริหารการเงินของวัด โดยนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการตรวจสอบและบริหารทรัพยากร

3) สถาบันการศึกษาและนักวิจัย สามารถนำผลการวิจัยไปต่อยอดในการศึกษาวิจัยด้านการพัฒนานวัตกรรมระบบบัญชีวัด การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในองค์กรศาสนา และการเชื่อมโยงบทบาทของวัดกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ศึกษาเฉพาะวัดราษฎร์ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีข้อจำกัดด้านพื้นที่ศึกษาและจำนวนผู้ให้ข้อมูล ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังวัดในพื้นที่อื่น หรือดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อสำรวจระดับการยอมรับและประสิทธิภาพของรูปแบบระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้นในกลุ่มวัดทั่วประเทศ อันจะช่วยให้สามารถเปรียบเทียบความแตกต่างของบริบทและสรุปผลในภาพรวมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2) การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาสภาพปัญหาและการออกแบบรูปแบบระบบบัญชีอย่างง่ายสำหรับวัด แต่ยังไม่ได้มีการนำระบบดังกล่าวไปทดลองใช้จริงในระยะยาว ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยนำรูปแบบระบบบัญชีที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้จริงในวัด เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ ปัญหา อุปสรรค และความเหมาะสมในการใช้งานจริง รวมทั้งปรับปรุงรูปแบบให้สอดคล้องกับบริบทของวัดแต่ละประเภทมากยิ่งขึ้น

3) การวิจัยครั้งนี้ยังไม่ได้ศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรม วัฒนธรรมองค์กร และทัศนคติของพระภิกษุ สามเณร และชุมชนที่มีต่อการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการบัญชีและการเงินของวัด ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยเชิงพฤติกรรมและสังคมที่ส่งผลต่อการยอมรับระบบบัญชีดิจิทัล เช่น ระบบ e-Donation การบริจาคผ่าน QR Code หรือระบบบัญชีออนไลน์ เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่สามารถสนับสนุนการปรับเปลี่ยนระบบบริหารการเงินของวัดให้สอดคล้องกับบริบทสังคมยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) การวิจัยครั้งนี้ยังไม่ได้วิเคราะห์ต้นทุน ความคุ้มค่า และความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีของวัดในการนำระบบบัญชีดิจิทัลมาใช้ ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบบัญชีดิจิทัลสำหรับวัด ทั้งในด้านงบประมาณ บุคลากร อุปกรณ์ และมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาระบบที่สามารถนำไปใช้ได้จริงและเกิดความยั่งยืนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

จารุณี สิงหกุล และพระมหาหรรษา ธมฺมหาโส. (2563). การพัฒนาการบริหารจัดการด้านการเงินของวัดไทยตามหลักสันติธรรมาภิบาล: ศึกษากรณีวัดท่าคอยนาง อำเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 8(5),* 1664–1679. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/240803

ณนัทธ์ ทัตตินาพานิช. (2568, 10 มิถุนายน). *การควบคุมภายในทางด้านบัญชี และการเงิน.* https://www.dobunchee.blogspot.com

ทวีศักดิ์ จันทร์สุข. (2561). บทบาทของชุมชนในการร่วมจัดการทรัพย์สินของวัดในพระพุทธศาสนา. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 7(1),* 367-377. https://www.dpu.ac.th/grad/admin/upload/content/files/%E0%B8%9B%E0%B8%B5%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%207%20%E0%B8%89%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%201/7-37.pdf

ทิพวรรณ รัตนพรหม. (2569). แนวทางการพัฒนาระบบบัญชีดิจิทัลเพื่อรองรับการขับเคลื่อนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 18*(1), 136-155. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/download/281108/188387

พระครูสุภัทกิจจานุการ, ปรัชญา บุตรสะอาด และวรพจน์ ก้องเสนาะ. (2567). การบริหารจัดการบัญชีทางการเงินของวัดโดยหลักธรรมาภิบาล. *วารสารศรีสุวรรณภูมิปริทรรศน์, 2*(1), 44–54. https://so14.tci-thaijo.org/index.php/JSBR/article/view/553

พระประจิรักษ์ มหาปญโญ (เมฆหมอก). (2561). การจัดทำบัญชีเพื่อการจัดการศาสนสมบัติของวัด ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 7(2-2),* 256–266. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/245774

พระปลัดบรรจง วิสารโท (บุญเพ็ง). (2566). การพัฒนาการบริหารจัดการบัญชีทางการเงินของวัดในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมปริทรรศน์, 6*(2), R23-R35. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jidir/article/view/260556

พระสุธีวีรบัณฑิต (โชว์ ทสฺสนีโย) และคณะ. (2561). การบริหารการเงินของวัดในประเทศไทย : ความสอดคล้องตามหลักธรรมาภิบาล ทิศทางการบริหารเงินวัด ทรัพย์สินพระศาสนาในช่วงกระแสเปลี่ยนผ่าน. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 7(2-2),* 505–518. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/245755

มหาเถรสมาคม. (2563). *ระเบียบมหาเถรสมาคม ว่าด้วยการรับจ่ายและรักษาเงินของวัด พ.ศ. 2563*. สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.

Anthony, R. N., & Young, D. W. (2003). *Management control in nonprofit organizations* (7th ed.). McGrawHill/Irwin.

International Accounting Standards Board. (2018). *Conceptual framework for financial reporting.* IFRS Foundation.

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics, 3(4),* 305–360. https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X

Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of Business Research, 64(4),* 408–417. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2010.09.010

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(2),* 187–221. https://doi.org/10.1016/0304-405X(84)90023-0

Rostow, W. W. (1960). *The stages of economic growth: A non-communist manifesto*. Cambridge University Press.

Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press.

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future.* Oxford University Press.

องค์ประกอบเชิงโครงสร้างของระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้านปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา

STRUCTURAL COMPONENTS OF A LEARNING ECOSYSTEM FOR ENHANCING VOCATIONAL TEACHERS' GENERATIVE AI INSTRUCTIONAL COMPETENCIES

สุทธิพงษ์ โชติพิสุทธิเมธี*, ชัยวิชิต เชียรชนะ, สราวุฒิ สีบแย้ม และศจีมาจ ณ วิเชียร
Suththipong Chodphisuththimetee, Chaiwichit Chianchana, Sarawut Suebyaem and Sageemas Na Wichian
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
King Mongkut's University of Technology North
*Corresponding Author E-mail: ponglampa1975@gmail.com
Received February 14, 2026; **Revised** June 29, 2026; **Accepted** July 1, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบ และ 2) ยืนยันและนำเสนอรูปแบบระบบนิเวศ การเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา แบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และสอบถามความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 58 ข้อคำถาม ผ่านระบบออนไลน์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ครูสังกัดอาชีวศึกษาภาคเหนือ จำนวน 938 คน กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 410 คน ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ระยะที่ 2 ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของรูปแบบองค์ประกอบที่ได้จากระยะที่ 1 ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 58 ข้อคำถาม ผ่านระบบออนไลน์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ครูสังกัดอาชีวศึกษาภาคเหนือ จำนวน 938 คน กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 423 คน ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา มี 6 องค์ประกอบ 58 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) ด้านการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ มี 9 ตัวบ่งชี้ 2) ด้านการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนด้วย AI มี 11 ตัวบ่งชี้ 3) ด้านสมรรถนะของ GenAI มี 6 ตัวบ่งชี้ 4) ด้านการใช้ GenAI ในการจัดการศึกษาและการเรียนรู้ มี 8 ตัวบ่งชี้ 5) ด้านการประยุกต์ใช้ GenAI เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ มี 12 ตัวบ่งชี้ และ 6) ด้านสมรรถนะในการจัดการเรียนรู้ของครูอาชีวศึกษามี 12 ตัวบ่งชี้ ผลการตรวจสอบโมเดลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า โมเดลองค์ประกอบทั้ง 6 องค์ประกอบ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สะท้อนว่า การพัฒนาสมรรถนะด้าน GenAI สำหรับครูอาชีวศึกษาไม่ควรมุ่งเฉพาะทักษะการใช้เครื่องมือ AI แต่ต้องออกแบบระบบนิเวศการเรียนรู้ที่ครอบคลุมทั้งโครงสร้างพื้นฐาน เทคโนโลยีเพื่อการจัดการเรียนรู้ จริยธรรมข้อมูล การจัดทรัพยากรและการเรียนรู้ และสมรรถนะวิชาชีพสำหรับครูอาชีวศึกษา สามารถนำไปจัดระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษาได้จริง

คำสำคัญ: ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์, ระบบนิเวศการเรียนรู้, การจัดการเรียนรู้, วิธีวิเคราะห์

Abstract

This research aims to 1) study the components and 2) confirm and present a learning ecosystem for enhancing vocational teachers' GenAI instructional competencies. This research is a research and development study divided into two phases. Phase 1 involved interviewing 9 experts using an interview guide and gathering opinions using a questionnaire with 58 questions via an online system. The research population consisted of 938 vocational education teachers in northern Thailand. The sample size was 410 teachers selected through simple random sampling using exploratory factor analysis. Phase 2 verified the structural validity of the component pattern obtained from phase 1 using confirmatory factor analysis using a questionnaire with 58 questions via an online system. The research population consisted of 938 vocational education teachers in northern Thailand. The sample size was 423 teachers selected through simple random sampling using confirmatory factor analysis.

The learning ecosystem framework for enhancing GenAI competencies in vocational education teachers comprises six components and 58 indicators: 1) Effective learning ecosystem design (9 indicators), 2) AI-driven learning ecosystem design (11 indicators), 3) GenAI competencies (6 indicators), 4) Using GenAI in education and learning management (8 indicators), 5) Applying GenAI to learning development (12 indicators), and 6) Vocational education teachers' competencies in managing learning (12 indicators). The results of the model verification using confirmatory factor analysis revealed that all six components of the model were statistically significant at the .01 level, consistent with the empirical data. This reflects the need to develop GenAI competencies for vocational teachers that should not focus solely on AI tool skills, but also design a comprehensive learning ecosystem encompassing infrastructure, technology for learning management, data ethics, resource and learning organization, and the professional competencies of vocational teachers. This approach can be implemented to create a learning ecosystem that effectively promotes GenAI competencies in vocational teacher training.

Keywords: Generative AI, Learning Ecosystem, Instructional Management, Exploratory Factor Analysis, Confirmatory Factor Analysis

บทนำ

การจัดการศึกษาในสถานศึกษาเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นพลเมืองยุคดิจิทัลที่มีสมรรถนะแข่งขันได้ในระดับสากล มีทักษะการคิดวิเคราะห์ สร้างสรรค์นวัตกรรม และเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ที่มุ่งพัฒนา

แรงงานให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ควบคู่กับการดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (จิติมา วรรณศรี, 2564; สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2563)

นวัตกรรมการจัดการศึกษาเป็นตัวเร่งศักยภาพของผู้เรียนให้มีทักษะและสมรรถนะที่จำเป็นต่อการสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อการอยู่รอดในทศวรรษที่ผ่านมา (Yanis, 2025) ระบบนิเวศการเรียนรู้เป็นกลไกเชิงระบบที่ขับเคลื่อนวิธีปฏิบัติและการเรียนรู้ใหม่ เพื่อพลิกโฉมการศึกษาให้สามารถสร้างผู้เรียนที่มีทักษะจำเป็นสำหรับอนาคต (European Parliament, 2015) ระบบนิเวศการเรียนรู้เป็นระบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนและสิ่งแวดล้อมในการเรียนรู้รอบตัวผู้เรียน โดยอาศัยกระบวนการเรียนรู้ แหล่งเรียนรู้ ความร่วมมือจากเครือข่ายๆ และการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียนที่เอื้อต่อการเรียนรู้ตามศักยภาพของแต่ละบุคคล (สุธน วงค์แดง, 2568)

ระบบนิเวศการเรียนรู้ เป็นแนวทางสำคัญในการสร้างการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต ช่วยผู้เรียนให้สามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 กระบวนการจัดการเรียนรู้จึงเป็นปัจจัยหลักสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็นต่อผู้เรียนในอนาคต การเสริมสร้างสมรรถนะด้าน GenAI ในสถานศึกษาช่วยขับเคลื่อนการจัดการเรียนรู้ที่ตอบสนองบริบทพื้นที่และความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยใช้แผนการเรียนรู้พหุวิทยาการร่วมกับการประเมินผลที่หลากหลาย ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดแรงจูงใจ มีส่วนร่วม มีความสุขในการเรียนรู้ และสามารถพัฒนาได้เต็มตามศักยภาพผ่านการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนทั้งในและนอกห้องเรียน (สุธน วงค์แดง, 2568) ดังนั้น ระบบนิเวศการเรียนรู้ที่ใช้ GenAI จะช่วยยกระดับการศึกษา พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้และทักษะเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต และสามารถดำรงชีวิตในสังคมดิจิทัลได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

ข้อจำกัดหลักของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในปี 2567 คือ ครูขาดการส่งเสริมด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการเรียนรู้ ซึ่งเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่สถานศึกษาต้องแก้ไขโดยการกำหนดนโยบายและแผนงานเชิงรุกเพื่อยกระดับสมรรถนะวิชาชีพครู และขับเคลื่อนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลรองรับการเรียนรู้ตลอดชีวิต (สำนักติดตามและประเมินผลการอาชีวศึกษา, 2567) การใช้ GenAI ในอาชีวศึกษาต้องมุ่งแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างและระบบนิเวศการเรียนรู้รอบด้าน มากกว่ามองเป็นเพียงปัญหาทักษะรายบุคคลของครู

ผู้วิจัยจึงศึกษาการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะ GenAI ของครูอาชีวศึกษา มุ่งยกระดับการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และขับเคลื่อนองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืนตามนโยบายกระทรวงศึกษาธิการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา

2. เพื่อยืนยันและนำเสนอรูปแบบระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับระบบนิเวศการเรียนรู้

ระบบนิเวศการเรียนรู้มีความสำคัญต่อการศึกษาในปัจจุบัน เพราะช่วยเชื่อมโยงการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้สามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลาในศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับแนวคิดของนริศรา ใจคง และสิริกานต์ แก้วคงทอง (2564) พรรัตน์ จันทร์คำ (2566) และโสภนา สุดสมบูรณ์ (2567) ที่เห็นพ้องว่าระบบนิเวศการเรียนรู้ประกอบด้วย 6 ด้าน ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นองค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์การจัดการเรียนรู้ 2) หลักสูตรและกิจกรรม 3) การออกแบบการเรียนรู้ 4) เทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ 5) การสนับสนุนทรัพยากร และ 6) ความร่วมมือกับพันธมิตรและเครือข่าย

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์

ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ (Generative AI และ GenAI) นักวิชาการอาทิ (UNESCO, 2021a, 2021b) ได้ให้ความหมายว่า AI แบบอัตโนมัติโดยไม่ต้องอาศัยมนุษย์ GenAI (กฤติน ขันละ, 2569; สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2569; UNESCO, 2023) ซึ่งงานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้คำว่าปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ ใช้คำย่อว่า GenAI เพื่อใช้อธิบายถึงสมรรถนะด้านปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ในบริบทสำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา

GenAI ซึ่ง สุรพล บุญลือ (2567) อธิบายว่า GenAI เป็นเทคโนโลยี AI ที่สามารถสร้างเนื้อหาใหม่ เช่น ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เพลง และโค้ดซอฟต์แวร์ ขณะที่ Miao & Holmes (2023) กล่าวว่า GenAI คือ เทคโนโลยี AI ที่สร้างเนื้อหาใหม่ขึ้นเองโดยอัตโนมัติ (เช่น ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เพลง และโค้ด) ตามคำสั่ง (Prompt) โดยวิเคราะห์และเรียนรู้รูปแบบจากข้อมูลจำนวนมาก แทนที่จะเป็นเพียงการคัดลอกหรือรวบรวมข้อมูลเดิม UNESCO (2024) กล่าวว่า ครูควรมีสมรรถะความรู้ความเข้าใจด้าน GenAI (AI Competency Framework for Teachers) ทั้งในระดับพื้นฐาน เช่น การรู้เท่าทัน AI (AI literacy) และในระดับการประยุกต์ใช้งาน เช่น การใช้ AI เพื่อออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ และการประเมินและวัดผล สอดคล้องกับงานวิจัยของพิทักษ์ กันทา และณัฐิยา ตันตรานนท์ (2567) ที่พบว่าสมรรถนะดิจิทัลของครูศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาตำบลปิงโค้ง สพป.เชียงใหม่ เขต 3 มี 3 ด้าน คือ การใช้ดิจิทัล การปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลง และการแก้ปัญหาด้วยเครื่องมือดิจิทัล

ความสามารถในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา (2564) ระบุว่าความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของครูประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) การออกแบบแผนการสอน 2) การสร้างและใช้สื่อนวัตกรรม 3) การพัฒนาทักษะการเรียนรู้ 4) การบริหารจัดการชั้นเรียน 5) การประเมินผลการเรียนรู้ และ 6) การจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ ในขณะที่ OECD & European Commission (2025) กล่าวว่า ครูมีหน้าที่บูรณาการ AI ในห้องเรียน เพื่อให้ผู้เรียนเชื่อมโยงความรู้ AI กับศาสตร์ต่างๆ (เช่น จริยธรรม วิทยาการคอมพิวเตอร์ ดิจิทัล ข้อมูล และการคิดเชิงออกแบบ) เพื่อส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การใช้เทคโนโลยีอย่างรับผิดชอบ และการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์

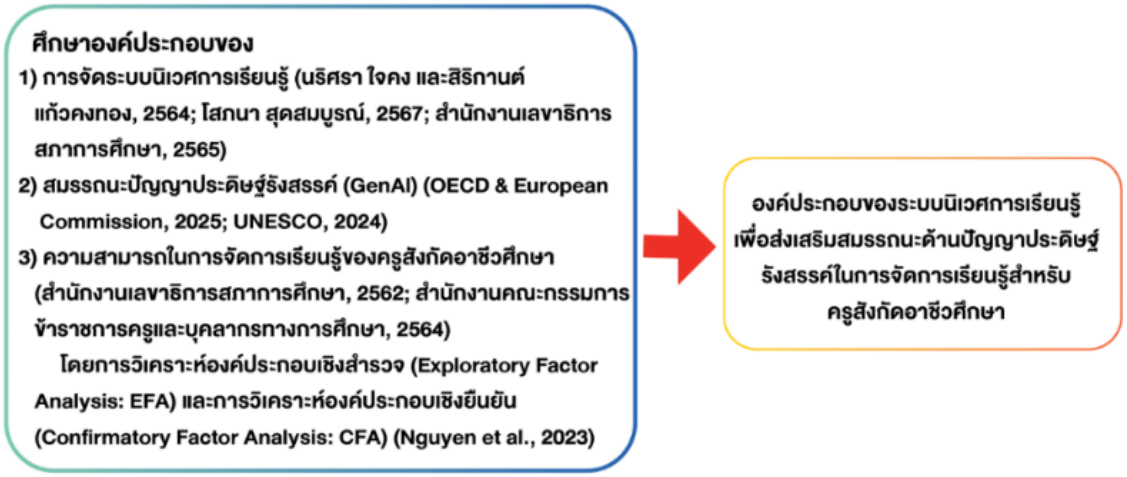
แนวคิดเชิงวิพากษ์ต่อปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์ในการศึกษา

แม้ AI จะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และลดภาระงานครู แต่ก็สร้างความเสี่ยงด้านการโอนถ่ายภาระทางปัญญา ข้อมูลเท็จ และความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล การศึกษาไทยจึงต้องปรับมุมมองสู่ระบบ

นิเวศทางปัญญา โดยมุ่งพัฒนาความฉลาดรู้ด้าน AI เชิงวิพากษ์ ปรับบทบาทครูสู่ผู้ออกแบบการเรียนรู้ และขับเคลื่อนนโยบายกำกับดูแลร่วมกันทุกระดับอย่างยั่งยืน (กฤติน ขันละ, 2569)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 2 ระยะ มีรายละเอียดดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาองค์ประกอบระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษาสังเคราะห์เอกสารและสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อสร้างแบบสอบถามเชิงสำรวจร่วมกับกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA)

ระยะที่ 2 การยืนยันรูปแบบระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะ GenAI ของครูอาชีวศึกษา ดำเนินการโดยใช้แบบประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบจากผลการวิเคราะห์ EFA ในระยะแรก นำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง และทดสอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ระยะที่ 1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ครูสังกัดอาชีวศึกษาภาคเหนือ จำนวน 938 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวน 410 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400–450 คน ตามเกณฑ์ของ Fabrigar & Wegener (2012) และ MacCallum et al. (1999) โดยสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และควบคุมไม่ให้ซ้ำซ้อนกับกลุ่มตัวอย่างในระยะที่ 2

ระยะที่ 2 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ครูสังกัดอาชีวศึกษาภาคเหนือ จำนวน 938 คน

กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 423 คน ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะในการกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ CFA ตามหลักการของ Grim & Yarnold (1995), Tabachnick & Fidell (2007),

Hair et al. (2010) และ Comrey & Lee (1993) ที่ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 200–450 คน หรือในอัตราส่วนที่เหมาะสมต่อตัวแปร/พารามิเตอร์ จัดอยู่ในระดับปานกลางถึงดีและรองรับการประมาณค่าพารามิเตอร์วิธี MLE ทั้งนี้ ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และควบคุมไม่ให้ซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างในระยะที่ 1

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ระยะที่ 1 ผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้แบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อศึกษาองค์ประกอบระบบนิเวศการเรียนรู้ฯ โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) และวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ดัชนี KMO และ Bartlett's Test ยืนยันว่า ตัวบ่งชี้มีความสัมพันธ์กันและมีความเหมาะสมในระดับดีที่จะนำไปใช้ด้วยเทคนิค EFA

ขั้นตอนที่ 2 ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นจำนวน 58 ข้อ เพื่อศึกษาองค์ประกอบระบบนิเวศการเรียนรู้ฯ โดยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA)

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ระยะที่ *2* ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมขององค์ประกอบจำนวน 58 ข้อ (ซึ่งพัฒนามาจากผลการวิเคราะห์ EFA ในระยะที่ 1) โดยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA)

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในระยะที่ 1 ผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์แบบบันทึกเสียงเพื่อนำมาถอดข้อความและสังเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 คน

ขั้นตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็น ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากสถานศึกษาอาชีวศึกษาภาคเหนือ โดยขอความยินยอมการเข้าร่วมโครงการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างก่อนดำเนินการและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยผ่านระบบออนไลน์ และมีผู้ตอบกลับมา จำนวน 410 ชุด

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลระยะที่ *2* ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์ประเมินความเหมาะสมของรูปแบบจากกลุ่มตัวอย่างในสถานศึกษาอาชีวศึกษาภาคเหนือ ซึ่งผ่านกระบวนการขอความยินยอมเข้าร่วมวิจัยแล้ว โดยได้รับข้อมูลกลับคืนจำนวน *423* ชุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลในระยะที่ 1 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ เพื่อประเมินความเหมาะสมของข้อมูลของตัวบ่งชี้ที่นำมาศึกษาด้วยการตรวจสอบดัชนี KMO และตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวบ่งชี้ โดยใช้การทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity การสกัดองค์ประกอบ โดยใช้การวิเคราะห์ส่วนประกอบมุขสำคัญ จากนั้นใช้การหมุนแกนองค์ประกอบ แบบหมุนแกนมุมฉาก ด้วยวิธี Varimax

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระยะที่ *2* ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และวิเคราะห์สหสัมพันธ์ โดยประเมินความเหมาะสมของข้อมูลตัวบ่งชี้ด้วยดัชนี KMO และ Bartlett's Test พร้อมทั้งตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบระบบนิเวศการเรียนรู้ฯ ด้วยดัชนีชี้วัดความกลมกลืน ได้แก่ Chi-square, GFI, AGFI, RMSEA และ RMR

ผลการวิจัย

1. การศึกษาองค์ประกอบระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา ประเด็นคำถาม 58 ข้อ พบว่า

1.1) ผลการสกัดองค์ประกอบ (Factor extraction) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ส่วนประกอบมุขสำคัญ พบค่าความร่วมกัน (Communality) ของตัวบ่งชี้แต่ละตัว รวมทั้งหมด 58 ตัวบ่งชี้ ประกอบด้วย (1) ระบบนิเวศการเรียนรู้ จำนวน 20 ตัวบ่งชี้ มีค่าอยู่ระหว่าง .506 ถึง .715 (2) สมรรถนะด้าน GenAI จำนวน 14 ตัวบ่งชี้ มีค่าอยู่ระหว่าง .607 ถึง .749 และ (3) ความสามารถในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา จำนวน 24 ตัวบ่งชี้ มีค่าอยู่ระหว่าง .560 ถึง .764

1.2) ผลการหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor rotation) ด้วยการหมุนแกนมุมฉากหรือออร์ธอกอนอล (องค์ประกอบอิสระจากกัน) ด้วยวิธี Varimax ประกอบด้วย (1) ระบบนิเวศการเรียนรู้ (2) สมรรถนะด้าน GenAIและ (3) ความสามารถในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา ดังตารางที่ 1

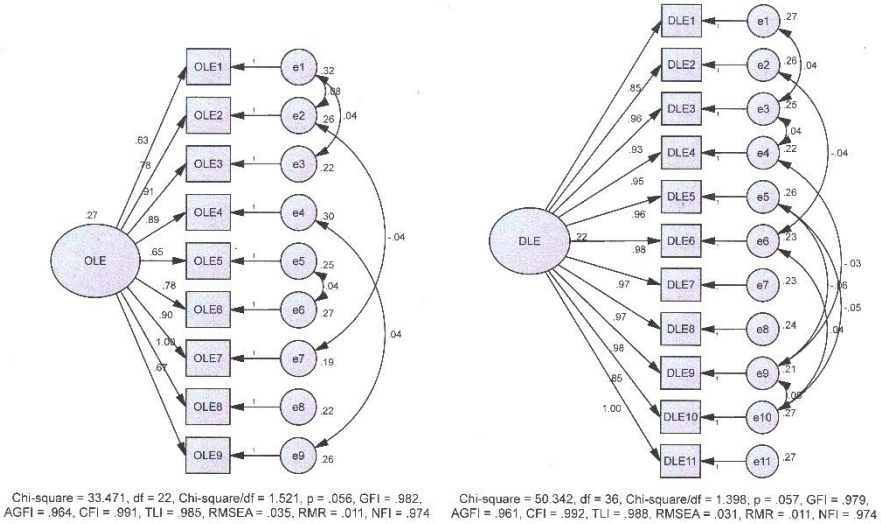
ตารางที่ 1 แสดงผลการหมุนแกนองค์ประกอบมุมฉากด้วยวิธี Varimax ของระบบนิเวศการเรียนรู้ (1,2) องค์ประกอบสมรรถนะด้าน GenAI (3,4) และความสามารถในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา (5,6)

องค์ประกอบ	การสกัดองค์ประกอบ			การหมุนแกน		
	ค่าไอเกน	ร้อยละความแปรปรวน	ร้อยละความแปรปรวนรวม	ค่าไอเกน	ร้อยละความแปรปรวน	ร้อยละความแปรปรวนรวม
1	11.122	55.609	55.609	6.711	33.554	33.554
2	1.263	6.313	61.922	5.674	28.368	69.922
3	9.595	68.538	68.538	5.469	30.061	39.061
4	.729	5.204	73.742	4.855	34.681	73.742
5	14.215	59.227	59.227	7.973	33.219	33.219
6	1.269	5.288	64.515	7.511	31.296	64.515

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวบ่งชี้ระบบนิเวศการเรียนรู้ (20 ตัวบ่งชี้) สามารถสกัดองค์ประกอบที่มีค่าไอเกน (Eigenvalue) มากกว่า 1.00 ได้จำนวน 2 องค์ประกอบ โดยร่วมกันอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 69.922 และตัวบ่งชี้สมรรถนะด้าน GenAI (14 ตัวบ่งชี้) สามารถสกัดองค์ประกอบที่มีค่าไอเกน (Eigenvalue) สูงกว่า 1.00 ได้จำนวน 2 องค์ประกอบ โดยร่วมกันอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 73.742 และตัวบ่งชี้ความสามารถในการจัดการเรียนรู้ของครูอาชีวศึกษา (24 ตัวบ่งชี้) สามารถสกัดองค์ประกอบที่มีค่าไอเกน (Eigenvalue) สูงกว่า 1.00 ได้จำนวน 2 องค์ประกอบ โดยร่วมกันอธิบายความแปรปรวนรวมได้ร้อยละ 64.515

2. การยืนยันและนำเสนอรูปแบบระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา ได้ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผู้วิจัยได้รวมกลุ่มองค์ประกอบที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

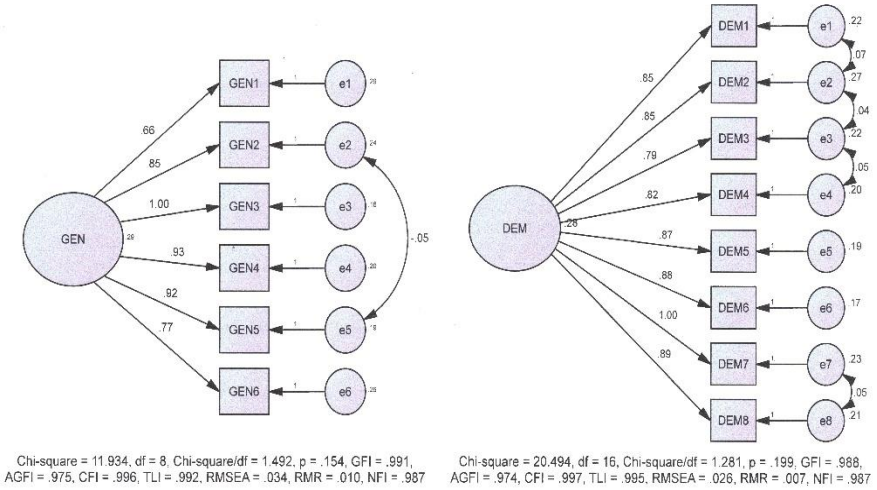
2.1 องค์ประกอบการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้



แผนภาพที่ 2 แสดงค่าสถิติโมเดลองค์ประกอบการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้

จากแผนภาพที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ CFA พบว่าโมเดลองค์ประกอบการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ทั้ง 2 ด้าน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี โดยด้านประสิทธิภาพ (OLE) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ($\boldsymbol{FL}$) .503 - .743 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) .253 - .552 ส่วนด้านที่ขับเคลื่อนด้วย AI (DLE) มีค่า $\boldsymbol{FL}$ .610 - .708 และ R^2 .373 - .501 ซึ่งทุกข้อคำถามมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สรุปได้ว่าโครงสร้างทฤษฎีของทั้งสององค์ประกอบมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

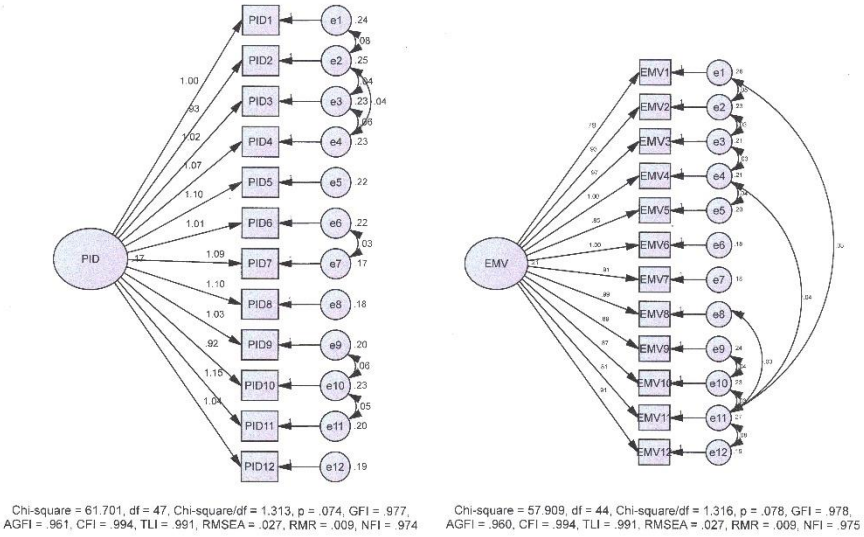
2.2 องค์ประกอบการเสริมสร้างสมรรถนะด้าน GenAI



แผนภาพที่ 3 แสดงค่าสถิติโมเดลองค์ประกอบการเสริมสร้างสมรรถนะด้าน GenAI

จากแผนภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ CFA พบว่าโมเดลองค์ประกอบการเสริมสร้างสมรรถนะด้าน GenAI ทั้ง 2 ด้าน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี โดยด้านสมรรถนะ GenAI (GEN) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (FL) .545 - .797 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) .297 - .636 ส่วนด้านการใช้ GenAI ในการจัดการศึกษา (DEM) มีค่า FL .656 - .747 และ R^2 .430 - .558 ซึ่งทุกข้อคำถามมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สะท้อนความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของโมเดล แม้น้ำหนักองค์ประกอบด้านการใช้ GenAI ในการจัดการศึกษาจะสูง แต่การตีความต้องไม่เน้นเพียงประสิทธิภาพเครื่องมือ แต่ควรพิจารณาในฐานะเทคโนโลยีที่เปลี่ยนบทบาทครูสู่การเป็นผู้ออกแบบสถานการณ์การเรียนรู้ ผู้ตรวจสอบข้อมูล และผู้กำกับจริยธรรมการใช้เทคโนโลยี

2.3 องค์ประกอบความสามารถในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา



แผนภาพที่ 4 แสดงค่าสถิติโมเดลองค์ประกอบความสามารถในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา

จากแผนภาพที่ 4 ผลการวิเคราะห์ CFA พบว่า โมเดลองค์ประกอบความสามารถในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษาทั้ง 2 ด้าน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี โดยด้านการประยุกต์ใช้ GenAI (PID) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (FL) .605 - .734 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) .366 - .539 ส่วนด้านสมรรถนะในการจัดการเรียนรู้ (EMV) มีค่า FL .582 - .742 และ R^2 .339 - .551 ซึ่งทุกข้อคำถามมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยืนยันความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของโมเดล ผลการวิเคราะห์ CFA ยืนยันความสอดคล้องของโมเดลรูปแบบการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูอาชีวศึกษา แบ่งออกเป็น 6 องค์ประกอบ และตัวบ่งชี้ที่สำคัญ 3 อันดับแรก สรุปดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงองค์ประกอบเชิงยืนยัน และตัวบ่งชี้ที่สำคัญ 3 อันดับแรก

องค์ประกอบระบบนิเวศการเรียนรู้ฯ	**ตัวบ่งชี้ที่สำคัญ 3 อันดับแรก**
องค์ประกอบที่ 1 ด้านการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ	1. ปัจจัยสนับสนุนระบบนิเวศการเรียนรู้ 2. องค์ประกอบย่อยของระบบนิเวศการเรียนรู้ 3. การกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการเรียนรู้
องค์ประกอบที่ 2 ด้านการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนด้วย AI	1. การพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง 2. การจัดการทรัพยากรและการเรียนรู้ตลอดชีวิต 3. การพัฒนาระบบแพลตฟอร์มการเรียนรู้ดิจิทัล
องค์ประกอบที่ 3 สมรรถนะของ GenAI	1. ความสมจริงและความเที่ยงตรงของผลลัพธ์ 2. ความเข้าใจภาษาธรรมชาติและบริบท 3. การปฏิสัมพันธ์แบบต่อเนื่องและการปรับตัว
องค์ประกอบที่ 4 การใช้ GenAI ในการจัดการศึกษาและการเรียนรู้	1. การรังสรรค์และผลิตสื่อการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบ 2. การปรับการเรียนรู้เฉพาะบุคคลเชิงรุก 3. การพัฒนาทักษะแห่งอนาคตและการสร้างสภาพแวดล้อมเสมือน
องค์ประกอบที่ 5 การประยุกต์ใช้ GenAI เพื่อพัฒนาการเรียนรู้	1. การวางแผนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นสมรรถนะวิชาชีพ 2. การประเมินผลและการให้ข้อมูลสะท้อนกลับ 3. การวิเคราะห์ข้อมูลการเรียนรู้และออกแบบการดูแลช่วยเหลือผู้เรียน
องค์ประกอบที่ 6 สมรรถนะในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา	1. การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ตามสภาพจริงและนำผลไปใช้ในการพัฒนาผู้เรียน 2. การพัฒนาการจัดการเรียนรู้ด้วยความคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม 3. การใฝ่เรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อความเป็นครูมืออาชีพ

อภิปรายผล

1. **การศึกษาองค์ประกอบของระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา** พบว่า องค์ประกอบของรูปแบบฯ ประกอบด้วย จำนวน 6 องค์ประกอบ 58 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 การจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ องค์ประกอบที่ 2 การจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนด้วย AI องค์ประกอบที่ 3 สมรรถนะของ GenAI องค์ประกอบที่ 4 การใช้ GenAI ในการจัดการศึกษาและการเรียนรู้ องค์ประกอบที่ 5 การประยุกต์ใช้ GenAI เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ และองค์ประกอบที่ 6 สมรรถนะในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา ซึ่งมีความเหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ได้จริง โดยเฉพาะสมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของครู สอดคล้องกับสมพร นามอินทร์ และขวัญใจ ทวนดำ, (2568) ที่พบว่า การใช้ GenAI (ChatGPT) ช่วยส่งเสริมการสอนเชิงสร้างสรรค์และ

ปรับปรุงเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้เรียน ซึ่งต่างจาก Ahmad et al. (2022) ที่มุ่งเน้นการใช้ AI ในการบริหารจัดการสถานศึกษาและหลักสูตร เช่น การจัดทำงบประมาณ การบริหารทรัพยากร และการจัดการเรียนการสอนและการสอบ

2. การยืนยันและนำเสนอรูปแบบการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา พบว่า สมรรถนะด้าน GenAI มีอิทธิพลรวมเชิงบวกต่อความสามารถในการจัดการเรียนรู้สูงที่สุด โดยมีขนาดอิทธิพลรวม (TE) เท่ากับ 1.329 ซึ่งประกอบด้วย อิทธิพลทางตรง (DE) เท่ากับ 1.329 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งองค์ประกอบของระบบ ประกอบด้วย จำนวน 6 องค์ประกอบ และทุกตัวบ่งชี้ จำนวน 58 ตัวบ่งชี้ การที่ทุกตัวบ่งชี้มีความสำคัญมากที่สุด สะท้อนว่าสถานศึกษาจำเป็นต้องจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ให้เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้าน GenAI สอดคล้องกับโสภนา สุดสมบูรณ์ (2567) ที่เสนอแนวทางการเสริมสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้ 6 ด้าน ได้แก่ 1) พัฒนาหลักสูตรและกิจกรรมที่หลากหลายเท่าทันการเปลี่ยนแปลง 2) เนื้อหาและกิจกรรมสอดคล้องกัน 3) กำหนดเป้าหมายและรูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสม 4) สร้างแพลตฟอร์มเทคโนโลยีที่หลากหลาย 5) สนับสนุนทรัพยากรอย่างเพียงพอ และ 6) กำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการจัดการเรียนรู้ และสอดคล้องกับพรรัตน์ จันทร์คำ (2566) ที่พบว่า สถานศึกษาควรปรับหลักสูตรบูรณาการทักษะอาชีพให้มีความยืดหยุ่นตรงความสนใจของผู้เรียน และกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการใช้ E-Learning จัดทำบทเรียนสำเร็จรูปสำหรับฐานการเรียนรู้ ซึ่งต่างจากศศินันท์ เศรษฐวัฒน์บดี และคณะ (2566) ที่พบว่า ระบบนิเวศการเรียนรู้ควรเน้นการเชื่อมโยงระหว่างสถานศึกษากับชุมชน และการออกแบบกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ผลการวิจัยชี้ว่า การเสริมสร้างสมรรถนะด้าน GenAI สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา ไม่ควรลดทอนเป็นเพียงการอบรมใช้เครื่องมือ ซึ่งเสี่ยงต่อการผลักภาระเทคโนโลยีให้ครูหากขาดโครงสร้างสนับสนุน (เวลา งบประมาณ โครงสร้างพื้นฐาน การคุ้มครองข้อมูล และจริยธรรม) ระบบนิเวศการเรียนรู้จึงต้องจัดความสัมพันธ์ใหม่ระหว่าง ครู ผู้เรียน ผู้บริหาร เทคโนโลยี และนโยบายอย่างเป็นธรรมและตรวจสอบได้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่ของงานวิจัยนี้ไม่ใช่เพียงการจำแนกองค์ประกอบระบบนิเวศการเรียนรู้ด้าน GenAI แต่เป็นการเสนอกรอบคิดที่มอง GenAI เป็นโครงสร้างสนับสนุนการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับสมรรถนะครู บริบทสถานศึกษา จริยธรรมข้อมูล และความเป็นธรรมทางการศึกษา โดยเฉพาะในระบบอาชีวศึกษาที่มีความเหลื่อมล้ำด้านทรัพยากรและความพร้อม การศึกษาองค์ประกอบเชิงโครงสร้างของระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา ผลการวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่เป็นโมเดลชื่อ D^2-GenAI-M^2C ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ต่อสถานศึกษา ต้นสังกัด และสังคม โดยแบ่งออกเป็น 6 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) Dynamic (D) การจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ 2) Driven (D) การขับเคลื่อนด้วย AI 3) GenAI สมรรถนะด้าน Generative AI 4) Manage (M) การใช้ GenAI จัดการศึกษาและเรียนรู้ 5) Merge (M) การประยุกต์ใช้ GenAI พัฒนาการเรียนรู้ และ 6) Competency (C) สมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของครูอาชีวศึกษา สรุปได้ดังแผนภาพที่ 5



แผนภาพที่ 5 แสดงองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

จากแผนภาพที่ 5 แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบเชิงโครงสร้างและการนำเสนอรูปแบบของระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้าน GenAI ในการจัดการเรียนรู้สำหรับครูสังกัดอาชีวศึกษา (D^2-GenAI-M^2C) เพื่อนำไปปรับประยุกต์ใช้นั้นจะเป็นประโยชน์กับสถานศึกษา หน่วยงานต่าง ๆ และสังคม ดังนี้

1. สถานศึกษาสามารถใช้โมเดลนี้เป็นกรอบพัฒนาวิชาชีพครู โดยปรับบทบาทสู่ผู้ควบคุม GenAI ตามองค์ประกอบ AI-Driven และ Merge ช่วยให้หลักสูตรยืดหยุ่น ทันสมัย สอดคล้องกับตลาดแรงงานยุคดิจิทัล อีกทั้งช่วยลดภาระงานเอกสารที่ซ้ำซ้อนของครู เพื่อคืนเวลาให้ห้องเรียนและมุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนได้อย่างเต็มที่

2. หน่วยงานต้นสังกัด (สอศ.) และภาคเอกชน สามารถนำองค์ประกอบ Manage ไปใช้ขับเคลื่อนนโยบายและการวิเคราะห์ Big Data ของตลาดแรงงานเพื่อพัฒนาหลักสูตรอาชีวศึกษาได้อย่างรวดเร็ว ขณะที่สถานประกอบการจะได้รับประโยชน์จากครูและผู้เรียนที่มีสมรรถนะสูง ตรงตามมาตรฐานอุตสาหกรรมยุคดิจิทัลตามองค์ประกอบ Competency

3. ในระดับสังคมและเศรษฐกิจ การพัฒนาทักษะ GenAI ช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้วยกำลังคนอาชีวศึกษาที่มีสมรรถนะสูง ขณะเดียวกัน การมุ่งเน้นจริยธรรมดิจิทัล (Digital Ethics) ในองค์ประกอบที่ 3 ยังช่วยสร้างพลเมืองดิจิทัลที่มีคุณภาพ และลดปัญหาการใช้ AI ในทางที่ผิด เช่น การละเมิดลิขสิทธิ์ การทุจริตสอบ และข่าวปลอม

สรุป

องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทั้ง 6 ด้าน สะท้อนระบบนิเวศการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานที่ประเมินผลได้ โดยในเชิงปฏิบัติพบว่า องค์ประกอบการใช้ GenAI จัดการศึกษาและเรียนรู้ (DEM) มีความสำคัญสูงสุดและควรลงทุนพัฒนาเป็นลำดับแรก ทั้งนี้ ผลวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์อาชีวศึกษา บูรณาการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (DLE, OLE) และออกแบบหลักสูตรพัฒนาสมรรถนะครู (EMV, GEN) โดยใช้ตัวบ่งชี้ทั้ง 58 ตัวเป็นมาตรวัดมาตรฐานเพื่อขับเคลื่อนการเรียนการสอนให้ตอบโจทย์ตลาดแรงงานอย่างเป็นระบบและขยายผลสู่สถาบันอื่นได้จริงนอกจากนี้ สอศ.ควรกำหนดกรอบนโยบายการใช้ GenAI โดยครอบคลุมมาตรฐานสมรรถนะครู จริยธรรมและคุ้มครองข้อมูลผู้เรียน แพลตฟอร์มที่ปลอดภัย และมาตรการลดความเหลื่อมล้ำทางทรัพยากรระหว่างสถานศึกษา เพื่อป้องกันช่องว่างทางการศึกษา และขับเคลื่อนการใช้งานอย่างยั่งยืนในระบบอาชีวศึกษา

แม้การวิจัยนี้จะพัฒนาองค์ประกอบและรูปแบบระบบนิเวศการเรียนรู้ตามหลักทฤษฎีและกระบวนการที่ถูกต้อง แต่มีข้อจำกัดที่ยังไม่ได้ทดลองใช้และประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบ (Model) ในสถานการณ์จริง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาควรกำกับดูแลจริยธรรมดิจิทัลและกำหนดกรอบนโยบายการใช้ GenAI ที่ครอบคลุมมาตรฐานครู การคุ้มครองข้อมูล ความปลอดภัยของแพลตฟอร์ม และมาตรการลดความเหลื่อมล้ำ เพื่อป้องกันไม่ให้เทคโนโลยีเพิ่มช่องว่างทางการศึกษา

1.2 สถานศึกษาอาชีวศึกษาควรกำหนดแนวปฏิบัติและมาตรฐานสมรรถนะครูในการใช้ GenAI ทั้งด้านการสอนและการประเมินผลอย่างมีจริยธรรม พร้อมจัดอบรมพัฒนาทักษะต่อเนื่อง นอกจากนี้ ควรจัดตั้งศูนย์สนับสนุนการใช้ GenAI เพื่อเป็นแหล่งให้คำปรึกษา พัฒนาสื่อ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และส่งเสริมการวิจัยติดตามผลเพื่อปรับปรุงนโยบายให้ทันต่อเทคโนโลยีและตลาดแรงงาน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยนำตัวบ่งชี้สำคัญสูงสุดมาจัดทำคู่มือแล้ว จึงเสนอให้นำตัวบ่งชี้รองไปประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้อื่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กฤติน ขันละ. (2569). ปรากฏการณ์ปัญญาประดิษฐ์ในระบบการศึกษาไทย: บทสังเคราะห์เชิงวิภาษวิธี พ.ศ. 2566-2568. *วารสารวิจัยสังคมและปริทัศน์, 49*(1). https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socialresearchjournal/article/view/284751/191844

จิติมา วรรณศรี. (2564). *การบริหารจัดการศึกษายุคดิจิทัล*. รัตนสุวรรณการพิมพ์.

นริศรา ใจคง และสิริกานต์ แก้วคงทอง. (2564). นิเวศการเรียนรู้: เรื่องเก่าบนวิถีใหม่. *วารสารการศึกษาไทย*, *18*(3), 64-69.

พรรัตน์ จันทร์คำ. (2566). การพัฒนาระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะอาชีพของโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 22 จังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 5*(4), 885-896. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemri/article/ view/262108/177120

พิทักษ์ กันทา และณัฐิยา ตันตรานนท์. (2567). การศึกษาและพัฒนาสมรรถนะครูด้านดิจิทัล: กรณีศึกษาศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษาตำบลปิงโค้ง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่เขต 3. *วารสารบริหารการศึกษาบัวบัณฑิต, 24*(2), 120-131. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/BUAJEAD/article/view/274536/185418

ศศินันท์ เศรษฐวัฒน์บดี, กันต์ฤทัย คลังพหล, บุษยา จูงาม, ปาริชาต ผดุงศิลป์ และอภิชญา สวัสดี. (2566). การศึกษาระบบนิเวศการเรียนรู้ของสถานศึกษาในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 6*(1), 102-113. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ edunsrujo/article/download/258633/175712/1020009

สมพร นามอินทร์ และขวัญใจ ทวนดำ. (2568). การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ AI (Chat GPT) เพื่อส่งเสริมทักษะการ สอนวิชาศิลปะ. *วารสารสันตยาภิวัฒน์ วัดหนองนกกด, 3*(1), 229-244. https://so16.tci-thaijo.org/index.php/jswn/article/view/1283

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา. (2564). *คู่มือการดำเนินการตามหลักเกณฑ์และวิธีการประเมินตำแหน่งและวิทยฐานะข้าราชการครูฯ ตำแหน่งครู.* สำนักงาน ก.ค.ศ. กระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2563). *สภาวะการศึกษาไทย 2561/2562 การปฏิรูปการศึกษาในยุคดิจิทัล.* สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2569). *รายงานผลการศึกษา การใช้ปัญญาประดิษฐ์แบบอัตโนมัติโดยไม่ต้องอาศัยมนุษย์ (Generative AI) เพื่อการศึกษาในโลกที่ผันผวนตามแนวคิดขององค์การสหประชาชาติที่เหมาะสมกับประเทศไทย*. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. https://backoffice.onec.go.th/uploads/Book/2185-file.pdf

สำนักติดตามและประเมินผลการอาชีวศึกษา. (2567). *รายงานสภาพปัญหาและข้อจำกัดของสถานศึกษาในการขับเคลื่อนการจัดการอาชีวศึกษา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567.* กลุ่มติดตามและรายงานผล สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.

สุธน วงค์แดง. (2568). ระบบนิเวศการเรียนรู้สู่การเรียนรู้ตลอดชีวิต. *สักทอง : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 31*(3), 1-17.

สุรพล บุญลือ. (2567). แนวทางการใช้ปัญญาประดิษฐ์รังสรรค์สำหรับการศึกษาและวิจัย. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม, 23*(2), B1-B12. https://doi.org/10.55003/JIE.23202

โสภนา สุดสมบูรณ์. (2567). แนวทางการเสริมสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้ของโรงเรียนระดับประถมศึกษาในพื้นที่ ชายแดนทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *วารสารวิชาการการจัดการภาครัฐและเอกชน, 6*(2), 251-264. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/appm/article/view/ 265525

Ahmad, S. F., Alam, M. M., Rahmat, M. K., Mubarik, M. S., & Hyder, S. I. (2022). Academic and administrative role of artificial intelligence in education. *Sustainability, 14*(3), 1101. https://doi.org/10.3390/su14031101

Comrey, A. L., & Lee, H. B. (2013). *A first course in factor analysis*. Psychology press.

European Parliament. (2015*). Innovative schools: teaching & learning in the digital era.* European Parliament.

Fabrigar, L. R., & Wegener, D. T. (2012). *Exploratory factor analysis.* Oxford University Press.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Grimm, L. G., & Yarnold, P. R. (Eds.). (1995). *Reading and understanding multivariate statistics*. American Psychological Association.

MacCallum, R. C., Widaman, K. F., Zhang, S., & Hong, S. (1999). Sample size in factor analysis. *Psychological Methods, 4*(1), 84–99. https://doi.org/10.1037/1082-989X.4.1.84

Miao, F., & Holmes, W. (2023). *Guidance for generative AI in education and research*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

Nguyen, L. T., Kanjug, I., Lowatcharin, G., Manakul, T., Poonpon, K., Sarakorn, W., Somabut, A., Srisawasdi, N., & Traiyarach, S. (2023). Digital learning ecosystem for classroom teaching in Thailand high schools. *SAGE Open, 13*(1), 1–14. https://doi.org/10.1177/21582440231158303

OECD & European Commission. (2025). *Empowering learners for the age of AI: An AI literacy framework for primary and secondary education*. OECD.

Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5th ed.). Allyn & Bacon/Pearson Education.

UNESCO. (2021a). *AI and education: Guidance for policy-makers*. UNESCO Publishing.

UNESCO. (2021b). *AI in education: opportunities and challenges*. UNESCO Publishing.

UNESCO. (2023). *Guidance for generative AI in education and research*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000386693

UNESCO. (2024). *AI Competency Framework for Teachers*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000387224

Yanis, Afrida. (2025). Innovation in teaching and learning education in the digital era. *Education Journal, 1*(2), 11-21.

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

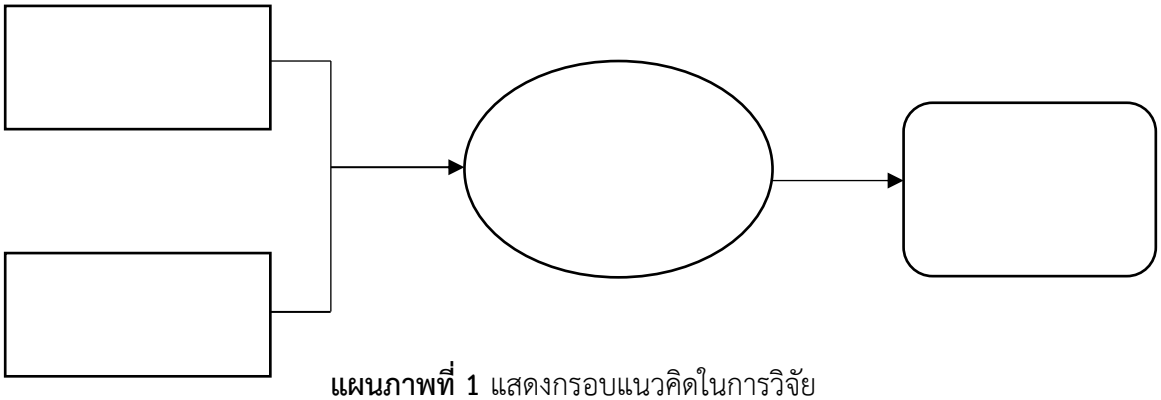
1. .....
2. .....
3. .....

(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.....

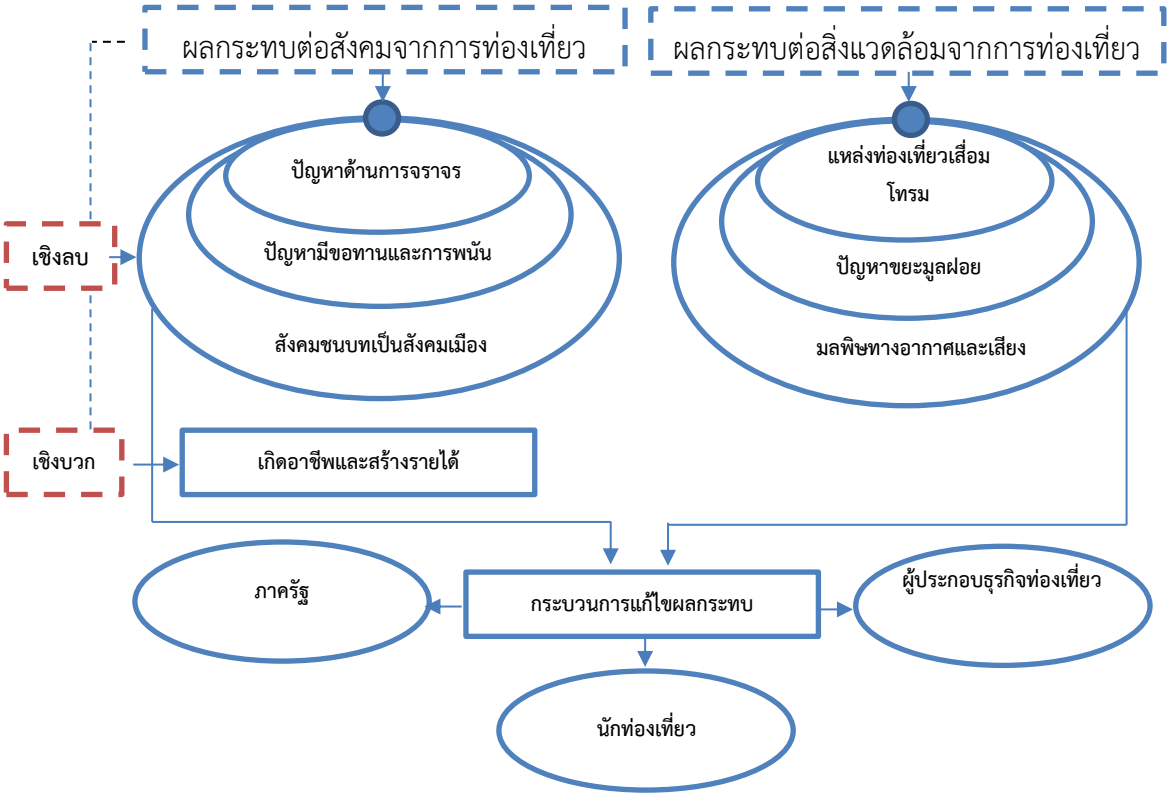
..... ซึ่งสอดคล้องกับ (เอกสารสนับสนุน : อ้างอิงผลการวิจัย/แนวคิด/ทฤษฎี).....
.....
.....
.....
.....

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