

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Journal of Management Science
Nakhonratchasima Rajabhat University



ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2568
Vol.4 No.2 July-December 2025

ISSN 2821-9538 (Print)

ISSN 2821-9546 (Online)





วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Journal of Management Science
Nakhonratchasima Rajabhat University

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2568
Vol.4 No.2 July-December 2025

ISSN 2821-9538 (Print)
ISSN 2821-9546 (Online)



วารสารวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Journal of Management Science Nakhonratchasima Rajabhat University

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2568



เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

วัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (Journal of Management Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University : JMS NRRU) เป็นวารสารของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเผยแพร่ผลงานวิชาการในสาขาต่าง ๆ ของคณาจารย์ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา โดยได้มีการจัดทำในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Online) โดยเน้นสาขา ดังนี้

1. สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ และบัญชี
2. สาขาการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม
3. สาขาการท่องเที่ยว นันทนาการ และการจัดการโรงแรม
4. สาขาเศรษฐศาสตร์ เศรษฐมิติ และการเงิน
5. สาขาการสื่อสาร

กำหนดการเผยแพร่

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีกำหนดการเผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

สำนักงานกองบรรณาธิการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

อาคารคณะวิทยาการจัดการ (อาคาร 22) 340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง

อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000

โทรศัพท์ 044-009009 ต่อ 2215

Website : <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jmsnrru>

E-mail : JMS.NRRU@nrru.ac.th

บทความและข้อความที่ลงตีพิมพ์ในวารสาร ถือเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้พิมพ์ กองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยและไม่ใช้ความรับผิดชอบของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ ที่ปรึกษา ◆

รองศาสตราจารย์เนตรชนก บัวนาค

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ บรรณาธิการบริหาร ◆

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภัยรัตน์ วิเชียร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ รองบรรณาธิการ ◆

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรวิชญ์ คำเจริญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ ผู้ช่วยบรรณาธิการ ◆

ดร.รุ่งกานต์ มุสโกภาส

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ดร.ปฐมภรณ์ เก่าว์พัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ กองบรรณาธิการ ◆

ศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ท้วมสุข

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ศาสตราจารย์ ดร.ดุขฎิ์ อายุวัฒน์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง

สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ปาโนรัมย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล ตั้งประเสริฐ

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจนา ฐูปแก้ว

มหาวิทยาลัยเกริก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หนึ่งทัย ขอมกลาง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิช ธีระโคตร

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ กรองทิพย์ ชัยชาญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี โพธิ์ชาธาร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ ฝ่ายพิสูจน์อักษร ◆

ดร.รุ่งกานต์ มุสโกภาส

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ดร.ปฐมภรณ์ เก่าว์พัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

■ เจ้าหน้าที่ประจำวารสารวิชาการ ◆

นางสาวกนกทิมา จาระนัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

นายเรืองเดช กุลชูศักดิ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer Review)

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2568

■ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer Review)

ศาสตราจารย์ ดร.พรณี สวนเพลง	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนพงษ์ จำปาหอม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศรีสุขใส	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พลนิกรกิจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล ตั้งประเสริฐ	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคเหรียญสุข	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กำธร แจ่มจำรัส	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิกร ม่วงศรีเขียว	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยา วงษ์ชวลิตกุล	มหาวิทยาลัยเซนต์อัสสัมชัญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีศนีย์ กายพันธ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปวิมาศ เสริฐเลิศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เล็กสุมา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญภา หวังที่ชอบ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุทธิณี ปราชญ์ศรีภูมิ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัจจา ไกรศรีรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สายฝน อุไร	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สิริพร อินทสนธิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารยา อิงไพบูลย์กิจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

■ ผู้ทรงคุณวุฒิภายในประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer Review)

รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร เลิศยิ่งยศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกมน รุจิรกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภชานนท์ วนภู	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 นี้ได้รับการพิจารณาคุณภาพวารสารเข้าสู่ฐานข้อมูล TCI ให้จัดเป็นวารสารกลุ่มที่ 2 ประจำปี พ.ศ. 2568 อย่างเป็นทางการ นับเป็นก้าวที่สำคัญของวารสาร กองบรรณาธิการยังคงมุ่งมั่นที่จะเผยแพร่ผลงานวิชาการในสาขาต่าง ๆ ที่มีคุณภาพต่อไป โดยในฉบับนี้มีบทความทั้งสิ้น 8 เรื่องที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญ ผลงานเหล่านี้สะท้อนถึงความก้าวหน้าทางวิชาการในสาขาวิทยาการจัดการที่ตอบโจทย์ยุคสมัย ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงชุมชนและวัฒนธรรม ได้แก่ บทความ “การจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร” และบทความ “รูปแบบการบริหารจัดการเส้นทาง การท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน ” การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ได้แก่ บทความ “การยอมรับและการสร้างความเคยชินขององค์กรต่อการใช้ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ” และบทความ “การออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์: กรณีศึกษาชุมชนบ้านโสมหลวง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง” ด้านการบริการ ได้แก่ บทความ “การตรวจสอบปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร” และบทความ “ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร” ด้านการเงินและบัญชี ได้แก่ บทความ “การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกทุเรียน อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี” และบทความ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย” กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ร่วมกันกลั่นกรองและประเมินบทความอย่างรอบคอบ ตลอดจนขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการส่งบทความที่มีคุณภาพมาร่วมเผยแพร่ในวารสารฉบับนี้ สุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านในการต่อยอดองค์ความรู้ และกระตุ้นให้เกิดการพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมทางวิชาการอย่างต่อเนื่องต่อไป



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญรัตน์ วิเชียร
บรรณาธิการ

สารบัญ

Table of Contents

บทความวิจัย

- การจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร.....1
Knowledge Management of Cultural Event Components
to Promote Community Tourism at Talad Noi in Bangkok
สุมาลี นันทศิริพล, เนื้ออ่อน ขรรค์ทองเขียว และ ธิดารัตน์ งามสุขเกษมศรี
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร.....18
Factors Influencing Satisfaction of Chinese Customers
Patronizing Spa Services in Bangkok
อนันต์ เชื้อชาญกิจการ
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์:
กรณีศึกษา องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ.....33
Factors Affecting the Use of Generative AI:
A Case Study of the National Science Museum, Thailand
อรณภักฎ เพชรคำไว และ ไวยวิทย์ จันทรวีเมลิ้อง
- การออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์:
กรณีศึกษา ชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง.....49
Web Application Design and Development for Online Curry Paste Business:
A Case Study of Ban Sai Luang Community, Khuan Khanun District,
Phatthalung Province.
พัชรี ทิพย์ประชา, ศศิภมล มากไช, ชัยนันท์ ปัญญาวุธโส และ นวพล เทพนรินทร์

■ ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร.....66	66
Student Satisfaction with The Service Operations Process of Maejo University-Chumphon <i>ณรงค์ โยธิน</i>	
■ รูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน.....83	83
Model of Archeological and Cultural Heritage Tourism Route Management for Driving Economic Community at Upper Mun River <i>ชิษณุพงศ์ ธนพิบูลพงศ์, จิรพัฒน์ ไทพล และ เอกรัตน์ เอกศาสตร์</i>	
■ การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกทุเรียน ในอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี.....99	99
Cost and Return Analysis of Durian Cultivation in Mueang Prachinburi District, Prachinburi Province <i>วาสนา แสนมา และ เบญจมาศ อภิลิทธิภิญโญ</i>	
■ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.....115	115
Factors Affecting The Development of Skill in Accounting Professions Necessary in The Era of Artificial Intelligence (AI) in The Northeastern Region <i>กษิตติ์ แดงหมื่นไวย และ ลินนภัสร์ วุฒิภักย์กัญจน์</i>	
■ คำแนะนำสำหรับการจัดทำต้นฉบับบทความ.....128	128
■ รูปแบบการเขียนอ้างอิงในบทความของวารสารตามรูปแบบ APA Style.....136	136

การจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร
Knowledge Management of Cultural Event Components
to Promote Community Tourism at Talad Noi in Bangkok

สุมาลี นันทศิริพล^{1,*}, เนื่ออ่อน ขรรค์ทองเขียว² และ ธิดารัตน์ งามสุขเกษมศรี³

Sumalee Nunthasiriphon^{1,*}, Nuaon Khrouthongkhie² and Thidarat Ngamsukasemsri³

Received 15 September 2025
Revised 18 October 2025
Accepted 20 October 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบททางวัฒนธรรมชุมชน วิเคราะห์ศักยภาพขององค์ประกอบการจัดกิจกรรม และเสนอแนวทางการจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณของแบบสอบถามที่เก็บจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลวิจัยพบว่า 1) บริบททางวัฒนธรรมชุมชนมี 4 ด้าน คือ กายภาพ สังคม อาชีพ อาหาร 2) กิจกรรมทางวัฒนธรรมมี 12 แบบ คือ ทำขนม ทำอาหารจีน พิธีกรรม งานเย็บปัก ร้อยลูกปัด ตีเหล็ก พิพิธตลาดน้อย ยลสถาปัตยกรรม คาเฟ่ทัวร์ เสพงานศิลป์ ภาพเล่าเรื่อง จุดเช็คอิน 3) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 18-27 ปี การศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา 4) องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม พบว่า (1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมมีศักยภาพมาก รองลงมาคือ ที่พัก สิ่งดึงดูดใจ (2) มีความต้องการส่งเสริมการจัดกิจกรรมมาก ด้านสร้างบรรยากาศ รองลงมาคือ การใช้สื่อ กำหนดพื้นที่ ผลการศึกษา พบว่า

¹ ปร.ด. การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2558. รองศาสตราจารย์ สังกัดสาขาวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

¹ Ph.D. Integrated Tourism Management, National Institute of Development Administration, 2015. Associate Professor of Department of Tourism, Rajamangala University of Technology Krungthep.

* Corresponding author, e-mail : sumalee.n@mail.rmutk.ac.th

² อต. ประวัติศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554. รองศาสตราจารย์ สังกัด สาขามนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

² Ph.D. History, Chulalongkorn University, 2011. Associate Professor, Department of Humanities, Rajamangala University of Technology Krungthep.

³ ปร.ด. การวิจัยและพัฒนาศักยภาพมนุษย์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2561. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สังกัดสาขามนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

³ Ph.D. Research and Development on Human Potentials, Srinakharinwirot University, 2018. Assistant Professor of Department of Humanities, Rajamangala University of Technology Krungthep.

แนวทางการจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนให้เกิดความยั่งยืนมี 5 ขั้นตอน คือ 1) รวบรวมข้อมูล 2) ออกแบบกิจกรรม 3) สร้างการมีส่วนร่วม 4) ส่งเสริมแบรนด์ และ 5) สื่อสารข้อมูล

คำสำคัญ: การจัดการความรู้, องค์ประกอบการจัดกิจกรรม, กิจกรรมทางวัฒนธรรม, การท่องเที่ยวชุมชน

Abstract

This study integrated both qualitative and quantitative research methodologies. It aimed to investigate the cultural context of the Talad Noi community in Bangkok. It also analyzed the potential of components of cultural event organization. The objective was to propose a knowledge management framework for organizing cultural events that promote community-based tourism. The qualitative data were analyzed using content analysis. Quantitative data from a questionnaire completed by 400 Thai tourists were examined using percentages, means, and standard deviations. The findings revealed that: 1) four categories of cultural context: physical culture, intangible culture, traditional crafts and occupations, and culinary traditions. 2) Twelve types of cultural activities were identified, including Chinese snack-making, traditional cooking, ritual practices, embroidery, beadwork, blacksmithing, local museum tours, architectural appreciation, café tours, art experiences, storytelling through images, and check-in spots. 3) Most tourists were male, aged 18-27, held a bachelor's degree, and were students. 4) The study also highlighted three key components of cultural activity organization: (1) tourism resources with high potential in terms of facilities and activities, followed by accommodation and attractions, and (2) support for activity organization, with atmosphere creation being the most desired, followed by media usage and venue layout planning. Based on these findings, a five-step knowledge management approach was proposed to promote the sustainable preservation of community culture: (1) data collection, (2) activity design, (3) community engagement, (4) brand development, and (5) information communications.

Keywords: Knowledge management, Event components, Cultural events, Community tourism

บทนำ

การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยเน้นการจัดการองค์ความรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างกิจกรรมที่มีความยั่งยืน เป็นหลักการในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว เพื่อสร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมให้ชุมชนเห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น การบูรณาการองค์ความรู้จากหลากหลายด้าน เพื่อผสมผสานความรู้สมัยใหม่กับภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยอาศัยการวิเคราะห์โอกาสและความเสี่ยงจากภายนอกที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ล้วนเป็นเครื่องมือในการจัดการวัฒนธรรมและเป็นเครื่องมือเพื่อการอนุรักษ์ ฟื้นฟู เผยแพร่คุณค่า รวมถึงเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการอนุรักษ์อัตลักษณ์ชุมชน

ในยุคที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น การส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมในระดับชุมชนจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความแตกต่างและคุณค่าให้แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะการนำเสนออัตลักษณ์

ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ท้องถิ่นผ่านการเล่าเรื่องหรือกิจกรรมชุมชน ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์เชิงลึกแก่ผู้เยี่ยมชม และถ่ายทอดองค์ความรู้ของชุมชนได้อย่างมีความหมาย อย่างไรก็ตาม เกศราพร พรหมนิมิตกุล (2564) ชี้ว่า องค์ความรู้ส่วนใหญ่ยังอยู่ในรูปแบบปากต่อปาก ไม่ได้จัดเก็บอย่างเป็นระบบ ผู้จัดกิจกรรมในชุมชนยังขาดความเข้าใจวัฒนธรรมที่แท้จริง พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม จึงจำเป็นต้องมีระบบจัดเก็บข้อมูล พัฒนาทักษะการถ่ายทอด และใช้สื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อให้การเผยแพร่วัฒนธรรมเป็นไปอย่างถูกต้อง สำหรับกรณีชุมชนตลาดน้อย แม้มีทรัพยากรวัฒนธรรมที่หลากหลาย แต่ยังขาดระบบฐานข้อมูลและการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่วนใหญ่กิจกรรมเริ่มต้นจากรัฐ งบประมาณมาจากภายนอก และการเชื่อมโยงองค์ความรู้เกิดขึ้นเฉพาะช่วงจัดงาน เมื่อกิจกรรมสิ้นสุด ข้อมูลไม่ถูกบันทึกอย่างเป็นระบบ ทำให้องค์ความรู้สูญหาย ถูกดัดแปลง หรือเกิดความเข้าใจวัฒนธรรมที่คลาดเคลื่อนได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจะได้เล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาการจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อย่างเด่นชัด ล้วนสะท้อนคุณค่าทางนามธรรมที่สามารถถ่ายทอดเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว โดยการศึกษาศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนยังช่วยทำให้เกิดแนวทางในการบริหารจัดการพื้นที่ให้สามารถรองรับการจัดกิจกรรมในเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ ของชุมชนให้สอดคล้องกับความพร้อมของพื้นที่และคนในชุมชน รวมทั้งการศึกษการสร้างบรรยากาศการจัดกิจกรรมที่มีความจำเป็นในการนำไปสู่การจัดการองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อส่งเสริมการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความหมายต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมชุมชน เพื่อสร้างความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวระยะยาว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบททางวัฒนธรรมชุมชนสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์ระดับศักยภาพขององค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเสนอแนวทางการจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

ได้แนวทางการจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแนวทางในการจัดการข้อมูลทางวัฒนธรรมชุมชน การออกแบบกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม การสร้างแบรนด์ชุมชน การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการบริบททางวัฒนธรรมเพื่อเตรียมความพร้อมคนในชุมชน และพื้นที่การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้ชุมชนที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมชุมชนตลาดน้อย อย่างไรก็ตาม แนวทางดังกล่าวอาจต้องอาศัยความพร้อมของชุมชน และงบประมาณจากภาครัฐ เพื่อผลักดันให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ แนวทางนี้ยังสามารถประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่นที่มีบริบทคล้ายคลึงกับชุมชนตลาดน้อย โดยปรับเปลี่ยนแนวทางบางอย่างให้สอดคล้องกับบริบท กิจกรรม วัฒนธรรมของแต่ละชุมชน สำหรับหน่วยงานและกลุ่มผู้ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย คือ ชุมชนตลาดน้อย ผู้ประกอบการ

นักท่องเที่ยว หน่วยงาน/สำนักงานเขตที่ดูแลด้านการท่องเที่ยว สามารถนำไปใช้เพื่อวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว นักวิจัยและนักศึกษาที่สนใจศึกษาพัฒนาการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในชุมชน

การทบทวนวรรณกรรม

1. วัฒนธรรมชุมชน เป็นชุดความหมาย ค่านิยม วิถีปฏิบัติ ภูมิปัญญา และทุนทางวัฒนธรรมของคนในชุมชนหนึ่ง ๆ ที่ถูกสืบทอดกันมา สิ่งเหล่านี้ถูกนำมาใช้จัดการชีวิตของคนในชุมชนทั้งในมิติเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งเป็นฐานช่วยพัฒนาความเข้มแข็งและความยั่งยืนของชุมชนเอง (ศิลาวัฒน์ ชัยวงศ์ และคณะ. 2565) นอกจากนี้ ยังมีความสำคัญต่อการหล่อหลอมอัตลักษณ์ สร้างความรู้สึกร่วมของคนในชุมชน ก่อให้เกิดความเข้าใจ เป้าหมายร่วมและความสามัคคี ซึ่งช่วยเสริมพลังความมุ่งมั่นของสมาชิก แม้ต้องเผชิญกับความท้าทายทางเศรษฐกิจหรือการเมืองก็ตาม (Brennan. 2023) ในการศึกษาวัฒนธรรมชุมชนสามารถศึกษาได้อย่างน้อย 3 มิติ ได้แก่ (1) มิติทางกายภาพ (Physical dimension) ศึกษาสิ่งที่สามารถสัมผัสและมองเห็นได้ เช่น อาคารบ้านเรือน ศิลปะพื้นถิ่น หัตถกรรม เครื่องมือเครื่องใช้ อาหาร (2) มิติทางความคิด (Cognitive dimension) เป็นการศึกษาสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่เป็นส่วนสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ของคนในชุมชน เช่น ความเชื่อ พิธีกรรม ประเพณี ภาษา (3) มิติทางสังคม (Social dimension) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ โครงสร้างทางสังคม และแบบแผนพฤติกรรมคนในชุมชน เช่น การศึกษาบทบาทสมาชิกของครอบครัว ระบบเครือญาติ การช่วยเหลือเกื้อกูล ทุนทางสังคมที่ส่งผลต่อการทำงานร่วมกันและการพัฒนา ปัจจุบันมิติทั้งสามสามารถนำมาสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่น มิติทางกายภาพ เป็นการนำสิ่งที่มองเห็นและสัมผัสได้ เช่น บ้านเรือน ศิลปกรรม อาหาร หัตถกรรม มาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว จุดถ่ายภาพ สินค้าของฝาก และกิจกรรมสาธิตให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม มิติทางความคิด เป็นการถ่ายทอดความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม ภาษา และเรื่องเล่าท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม สร้างเสน่ห์และอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น และมิติทางสังคม เป็นการใช้ความสัมพันธ์และทุนทางสังคมในชุมชนจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม เช่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมประเพณีต่าง ๆ เมื่อพิจารณาวัฒนธรรมชุมชนใน 3 มิติ พบว่ามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งต้องการการจัดการความรู้ที่เป็นระบบ

จากการวิเคราะห์แนวคิดดังกล่าวนี้ พบว่า วัฒนธรรมชุมชนถูกเสนอว่าเป็น “ชุดความหมาย ค่านิยม วิถีปฏิบัติ” ที่สืบทอดกันมา แต่ยังขาดการเชื่อมโยงวัฒนธรรมนี้ไปยังนักท่องเที่ยวหรือคนในชุมชน ทั้งนี้ การใช้วัฒนธรรมชุมชนเป็นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม อาจส่งผลให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า โดยเฉพาะเมื่อใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น การจัดการความรู้เพื่อให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน จึงควรเกิดขึ้นเพื่อประโยชน์ของชุมชน ไม่ใช่เพียงผู้ถูกใช้ทรัพยากร เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับวัฒนธรรมชุมชน

2. การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีหัวใจสำคัญอยู่ที่การให้คนในชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของตนเอง ทั้งการกำหนดทิศทางและรูปแบบกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนการวางแผนปฏิบัติที่เหมาะสมในพื้นที่ การวางแผนต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชน กลุ่มอาชีพ ผู้นำท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวสอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน อีกทั้งยังต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการอนุรักษ์วิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และมรดกทางภูมิปัญญา พร้อมทั้งส่งเสริมการตลาดอย่างมีความรับผิดชอบ ภายใต้หลักการเรียนรู้ ความเพลิดเพลิน และการเคารพวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน (ฤกษ์ชนะ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์. 2564) ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่อาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนควรต้องพิจารณาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ด้าน (5A's) ของ Dickman (1996) คือ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว การจัดการกิจกรรมท่องเที่ยว การเข้าถึง

แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสถานที่พักผ่อน นอกจากนี้ ภัทรพัศตรา ศักดา และคณะ (2567) ยังได้ศึกษาเกี่ยวกับด้านการจัดการความปลอดภัย การมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์กิจกรรม การจัดการความพร้อมของคน และความพร้อมของพื้นที่ในการรองรับการจัดกิจกรรม

ดังนั้น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงต้องเรียนรู้กระบวนการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม สุธิตา แจ่มประจักษ์ (2565) ได้อธิบายว่า กลยุทธ์ที่ใช้ในการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่และการให้บริการคนในชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 4 ขั้นตอน คือ (1) การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนโดยการสำรวจวัฒนธรรมชุมชน และการวิเคราะห์ความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยว (2) การวางแผนและตัดสินใจร่วมกันในการจัดการท่องเที่ยว โดยกำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายของกิจกรรม กำหนดหน้าที่การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (3) การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมรูปแบบต่าง ๆ ไปยังนักท่องเที่ยวโดยการสื่อสารข้อมูล การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว และ (4) การประเมินความพึงพอใจการจัดกิจกรรมทั้งจากคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว การแบ่งปันผลประโยชน์จากการจัดกิจกรรมขึ้นมา มีการถอดบทเรียนการจัดกิจกรรมของคนในชุมชน เพื่อสกัดข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่ทำให้เกิดความสำเร็จ รวมทั้งสิ่งที่ควรปรับปรุงในการจัดงานครั้งต่อไป นอกจากนี้ Stoica et al. (2022) ยังได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนา อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น และเป็นช่องทางในการนำเสนอและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมที่ได้รับสืบทอดกันมา การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องนั้นเกี่ยวข้องกับความสำเร็จที่ซับซ้อนมากขึ้นในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

จากการวิเคราะห์แนวคิดดังกล่าวนี้ พบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจพื้นที่ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยทั่วไปหน่วยงานท้องถิ่นได้ดำเนินการบางส่วนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน แต่บางแห่งยังคงอยู่ในขั้นตอนการวางแผนเท่านั้น จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงกิจกรรมโดยรวมในด้านการอนุรักษ์ การดูแลรักษา และการส่งเสริมเพื่อให้สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในระยะยาวได้อย่างแท้จริง

3. การจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) มีแนวคิดเพื่อรวบรวมความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรหรือในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) หรือในเอกสาร (Explicit Knowledge) แล้วนำข้อมูลมาพัฒนาให้เป็นระบบเพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงความรู้นั้นได้ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงาน หรือเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานให้ดีขึ้น (มงคลชัย วิริยะพินิจ. 2565) โดยผ่านกระบวนการจัดการความรู้ 7 ขั้นตอน คือ (1) การกำหนดความรู้ที่สำคัญและจำเป็นในการดำเนินงาน (2) การแสวงหา รวบรวมความรู้ ซึ่งอาจเป็นความรู้ใหม่หรือความรู้ที่มีอยู่เดิม เป็นความรู้ที่บอกเล่าโดยบุคคล หรือบันทึกในเอกสาร หรือเผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ต โดยเลือกเฉพาะความรู้ที่ต้องการใช้และตรงเป้าหมายการดำเนินงาน (3) การปรับความรู้ โดยสร้างหรือปรับบางส่วน เพื่อให้สามารถใช้งานได้ง่ายและเหมาะสม (4) การประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อเพิ่มความสะดวก หรือสร้างประสิทธิภาพให้เพิ่มขึ้น (5) การแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อแบ่งปันประสบการณ์จากการใช้ความรู้ เรียนรู้ข้อจำกัด และการปรับใช้ความรู้ในแต่ละกิจกรรม ซึ่งการแลกเปลี่ยนอาจเป็นบุคคลภายในหรือนอกชุมชน (6) การจัดเก็บความรู้หรือองค์ความรู้ใหม่ ในรูปแบบการบันทึกเป็นเอกสาร หนังสือ แผ่นพับ ป้าย หรือไฟล์ในคอมพิวเตอร์ และ (7) การถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคคลภายในหรือนอกชุมชน องค์กร เพื่อให้บุคคลอื่นสามารถนำความรู้ไปใช้ร่วมกันได้ (ลภัสรดา น้อยเอี่ยม และวรฤต เถื่อนช้าง. 2565) อย่างไรก็ตาม Otowicz et al. (2022) ได้อธิบายว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาหลายด้านในเวลาเดียวกัน ทำให้บางมิติขาดการศึกษาส่งผลต่อโอกาสในการพัฒนา “การจัดการความรู้”

(Knowledge Management: KM) และชี้ให้เห็นถึงความรู้ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยถูกสำรวจมาก่อน โดยการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing) เป็นประเด็นที่นักวิจัยให้ความสำคัญมากที่สุด สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากความเข้าใจว่าการสร้างประสิทธิภาพด้านนวัตกรรมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเริ่มต้นจากการพัฒนาพฤติกรรม การแบ่งปันความรู้ และสร้างวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมที่ดี

จากการวิเคราะห์แนวคิดดังกล่าว พบว่า กระบวนการจัดการความรู้ (KM) ที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุดในการวิจัยด้านการท่องเที่ยวคือ “การแบ่งปัน” และ “การถ่ายทอดความรู้” ซึ่งมากกว่ากระบวนการ “การได้มาซึ่งความรู้” และ “การนำความรู้ไปใช้” เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการทำงานขององค์กร อย่างไรก็ตาม การที่งานวิจัยและการนำไปใช้ในทางปฏิบัติยังคงมุ่งเน้นอยู่เพียงไม่กี่กระบวนการสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสอันหลากหลายในการพัฒนาองค์ความรู้เพิ่มเติม ทั้งในเชิงวิชาการและการประยุกต์ใช้จริง ทั้งนี้ แนวคิดที่เน้นการจัดการความรู้ ควรพร้อมเปิดรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ และรักษาความรู้แบบเดิมบนฐานการปรับตัวของชุมชนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายในการศึกษาบริบททางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้อย การวิเคราะห์ศักยภาพขององค์ประกอบการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม และการจัดการแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังได้ศึกษาการส่งเสริมการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการกำหนดพื้นที่ ช่วงเวลา การใช้สื่อส่งเสริมการจัดกิจกรรม การสร้างบรรยากาศ ผลการวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำมาเสนอเป็นแนวทางการจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในชุมชน เพื่อการพัฒนาและอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพให้เกิดความยั่งยืน ดังแสดงกรอบแนวคิดการวิจัยในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เนื่องจากยังไม่มีหน่วยงานของสำนักงานเขตพื้นที่หรือหน่วยงานอื่นจัดเก็บสถิตินักท่องเที่ยวในพื้นที่นี้

2. กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการเปิดตารางหาโร ยามาเน่ (Taro Yamane. 1973) กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และความผิดพลาด 5%

ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสำรวจพื้นที่ และการสังเกตการณ์ในชุมชนตลาดน้อย และเครื่องมือเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ เป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ระดับศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก กิจกรรม และการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เป็นคำถามมาตรวัดประเมินค่า Likert scale 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ระดับความต้องการของการส่งเสริมการจัดกิจกรรม ได้แก่ การกำหนดพื้นที่และช่วงเวลา การใช้สื่อส่งเสริมการจัดกิจกรรม และการสร้างบรรยากาศ เป็นคำถามมาตรวัดประเมินค่า Likert scale 5 ระดับ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีการเก็บข้อมูล 2 ส่วน คือ

4.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลบริบททางวัฒนธรรมชุมชนและกิจกรรมทางวัฒนธรรม โดยการสำรวจพื้นที่ชุมชนตลาดน้อย และศึกษาจากเอกสารงานวิจัย

4.2 การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลองค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมชุมชนที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน และการส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม โดยใช้แบบสอบถามมีการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามคือ

4.2.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ได้ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 คน เพื่อหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์วิจัย (IOC: Index of item Objective Congruence) ได้ค่าเท่ากับ 0.91 จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วนำไปตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

4.2.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างทดลอง 30 ชุด ในพื้นที่เก็บข้อมูลจริง และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่าเท่ากับ 0.81 จากนั้นนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงในพื้นที่ศึกษาวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา โดยเริ่มจากนำข้อมูลที่ได้จากแบบสำรวจมาวิเคราะห์เพื่อแยกประเด็นได้ 2 ประเด็น คือ วัฒนธรรมชุมชนและกิจกรรมทางวัฒนธรรม จากนั้นนำประเด็นวัฒนธรรมชุมชนมาจัดข้อมูลที่มีความใกล้เคียงกันให้อยู่ในด้านเดียวกัน ได้ 4 ด้าน คือ กายภาพ สังคม อาชีพ และอาหาร ข้อมูลจากแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาวัฒนธรรมในชุมชนตลาดน้อย พบว่า การนำเสนอวัฒนธรรมชุมชนที่ส่งผ่านไปยังนักท่องเที่ยวมีความชัดเจนและน่าสนใจ สามารถแบ่งวัฒนธรรมในพื้นที่ได้ 4 ด้าน ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมด้านกายภาพ คือ วัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสและมองเห็นได้ เช่น อาคาร สถานที่ และสิ่งของ ได้แก่ สถาปัตยกรรมจีนโบราณ เช่น บ้านโชว เฮง ไถ่ อาคารชานเหอหยวน ศาลเจ้าโจวซือกง โบสถ์กาลหว่าร์ โรงเหล็กเก่า อยู่ต่อเรือ และสตรีทอาร์ตที่สะท้อนวิถีชีวิตชุมชน

1.2 วัฒนธรรมด้านสังคม คือ วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ พิธีกรรม วิถีชีวิต ได้แก่ เทศกาลกินเจ พิธีไหว้เจ้า ความเชื่อเรื่องฮวงจุ้ยในการออกแบบบ้าน การแสดงงิ้ว การเชดสิงโต และภาษาถิ่นที่ใช้คำเรียกพื้นที่ เช่น “ตะลัดเกียะ” หมายถึง ตลาดน้อยเป็นภาษาจีนแต้จิ๋ว

1.3 วัฒนธรรมด้านอาชีพ คือ การสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ได้แก่ การหล่อพระ ตีเหล็ก การทำหมอนแฮนด์เมด การทำขนมจีนโบราณ และการซ่อมเครื่องยนต์เก่าในย่านเชียงกง

1.4 วัฒนธรรมด้านอาหาร คือ การสะท้อนรสนิยม ความเป็นอยู่ของชุมชน ได้แก่ อาหารเจ ก๋วยเตี๋ยววู๋ ชนมปังปัง การค้าขายริมแม่น้ำเจ้าพระยา และร้านกาแฟในอาคารเก่า เช่น ฮงเชียงกง

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า บริบททางวัฒนธรรมทั้ง 4 ด้าน มีลักษณะเป็นวงจรเชื่อมโยงสัมพันธ์ระหว่างบริบทแต่ละด้าน โดยวัฒนธรรมด้านกายภาพเป็นพื้นฐานรองรับกิจกรรมสังคมและอาชีพ เช่น สถาปัตยกรรมจีนศาลเจ้าโจวซือกง และบ้านโชว เฮง ไถ่ เป็นสถานที่ประกอบพิธีไหว้เจ้าในเทศกาลกินเจ สะท้อนความเชื่อ วิถีชีวิต หรือการนำอาคารเก่ามาดัดแปลงเป็นคาเฟ่ ร้านอาหาร เพื่อตอบโจทย์กระแสไฮโซหาอดีตที่ต้องการบรรยากาศย้อนยุค ด้านสังคมเป็นแรงขับเคลื่อนที่กำหนดรูปแบบอาชีพ ซึ่งแสดงผ่านวัฒนธรรมที่บ่งบอกการสืบทอดภูมิปัญญาที่สะท้อนวิถีชีวิต เช่น อาชีพนักแสดงงิ้ว การเชดสิงโต เป็นอาชีพที่สืบทอดกันมารวมทั้งอาหารที่เป็นผลผลิตจากอาชีพต่าง ๆ ในชุมชนได้สะท้อนรสนิยมของผู้คน พื้นที่ และวัฒนธรรมสังคม

2. ผลการศึกษากิจกรรมทางวัฒนธรรม พบว่า ชุมชนตลาดน้อยมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมมี 12 แบบ คือ

2.1 การทำขนมกุยช่ายแบบแต้จิ๋ว เรียนรู้การทำไส้ แป้ง และการจีบขนมแบบดั้งเดิม นักท่องเที่ยวสามารถนำขนมที่ทำกลับบ้านได้

2.2 การทำอาหารจีนโบราณ เรียนรู้สูตร เทคนิคจากร้านเก่าแก่ในพื้นที่ เช่น ก๋วยเตี๋ยววู๋ ชนมปังปัง

2.3 พิธีกรรมไหว้เจ้า เรียนรู้วิธีการไหว้เจ้า พิธีกรรมจีน ไหว้เจ้าแบบฮกเกี้ยนที่ศาลเจ้าโจวซือกง เข้าใจความเชื่อและพิธีกรรมที่เป็นหัวใจของชุมชน

2.4 งานเย็บปัก เช่น ทุบดอกไม้ลงผ้า มัดย้อม เย็บหมอนจิว ถักมาคราเม่ พันท์แก้ว เหมาะสำหรับทุกวัย ไม่ต้องมีพื้นฐานก็ทำได้ (มีเฉพาะเมื่อมีการจัดงานในชุมชน)

2.5 การร้อยลูกปัด เครื่องประดับ การออกแบบสร้อยหรือของขวัญจากลูกปัดหลากสี เพื่อสะท้อนความคิดสร้างสรรค์และความเป็นตัวเอง

2.6 ชมการสาธิตการตีเหล็ก การเรียนรู้การตีเหล็ก ซึ่งเป็นอาชีพดั้งเดิมของคนในชุมชน สัมผัสอาชีพดั้งเดิมของชุมชนผ่าน เหมาะสำหรับผู้สนใจงานช่างและประวัติศาสตร์แรงงานจีน

2.7 การชมพิพิธภัณฑ์ตลาดน้อย เรียกว่า พิพิธภัณฑ์ตลาดน้อย

2.8 ยลสถาปัตยกรรม เป็นการเดินชมอาคารบ้านเรือน สถาปัตยกรรมในชุมชน ที่เป็นทั้งแบบจีนและยุโรป

2.9 คาเฟ่ทัวร์ ในชุมชนตลาดน้อยมีร้านคาเฟ่ทั้งขนาดเล็กและขนาดกลางจำนวนประมาณ 30 แห่ง แต่ละแห่งมีการตกแต่งหลากหลายแบบ เช่น แบบจีน แบบโมเดิร์น แบบร่วมสมัย

2.10 เสพงานศิลป์ การเดินชมศิลปะที่มีอยู่ในชุมชน เช่น สตรีทอาร์ตบนฝาผนัง กำแพง หรือข้างตึก

2.11 ภาพเล่าเรื่อง เป็นการเล่าเรื่องชุมชนผ่านภาพถ่าย การเดินสำรวจชุมชนพร้อมเรียนรู้การถ่ายภาพ สตรีทอาร์ตและอาคารเก่า มีการสร้างสรรค์ภาพถ่ายที่มีเรื่องราวและความหมาย

2.12 จุดเช็คอิน มีหลายแห่ง เช่น สถาปัตยกรรม บ้านโฆง เอง ไถ่ คฤหาสน์จีนโบราณอายุกว่า 250 ปี สโตร์สี่ล้อรถล่อมลาน อาคารประวัติศาสตร์ ธนาครไทยพาณิชย์ อาคารธนาคารแห่งแรกของไทย สถาปัตยกรรม เรอเนสซองส์ ศิลปะร่วมสมัย ตระกูลศาลเจ้าโรงเกือก ภาพเพนท์สตรีทอาร์ต และรถเต่าสี่ล้อ

3. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพขององค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร

3.1 ข้อมูลส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 18-27 ปี การศึกษาปริญญาตรี และเป็นนักเรียน/นักศึกษา

3.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน ผลการศึกษาองค์ประกอบท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 องค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับศักยภาพ	องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับศักยภาพ
ด้านสิ่งดึงดูดใจ				ด้านที่พัก			
1. ความน่าสนใจแหล่งท่องเที่ยว	4.22	0.82	มาก	11. รองรับการต้องการได้	4.13	0.84	มาก
2. ชื่อเสียงแหล่งท่องเที่ยว	4.07	0.94	มาก	12. ที่พักมีความปลอดภัย	4.25	0.85	มาก
3. จุดเช็คอินของแหล่งท่องเที่ยว	4.22	0.87	มาก	13. บรรยากาศตกแต่งสวยงาม	4.23	0.85	มาก
4. กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว	4.07	0.91	มาก	14. ใกล้แหล่งท่องเที่ยว	4.29	0.75	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.15	0.88	มาก	ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.22	0.82	มาก
ด้านการเข้าถึง				ด้านกิจกรรม			
5. มีรถสาธารณะผ่าน	4.06	0.86	มาก	15. มีกิจกรรมสร้างรายชุมชน	4.17	0.86	มาก
6. มีป้ายบอกเส้นทางเดินท่องเที่ยว	4.18	0.80	มาก	16. กิจกรรมมีความน่าสนใจ	4.30	0.81	มาก
7. เข้าถึงได้หลายเส้นทาง	4.12	0.90	มาก	17. ตรงกระแสรองเที่ยว	4.21	0.85	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.12	0.85	มาก	ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.23	0.84	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว			
8. มีร้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.25	0.73	มาก	18. มีภาครัฐสนับสนุนการจัด	3.98	1.00	มาก
9. การชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง	4.30	0.81	มาก	19. ความปลอดภัยในชุมชน	3.99	0.91	มาก
10. มีป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยว	4.14	0.80	มาก	20. มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	4.17	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.23	0.78	มาก	ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.05	0.91	มาก

จากตารางที่ 1 ภาพรวมระดับศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า มีศักยภาพมากที่สุดคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านกิจกรรม รองลงมาคือ ด้านที่พัก มีค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 4.15 ด้านการเข้าถึง มีค่าเฉลี่ย 4.12 และด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.05 ดังตารางที่ 1

เมื่อพิจารณารายด้าน ผลวิจัยพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า ความน่าสนใจแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.22 รองลงมา คือ กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ด้านการเข้าถึง พบว่า มีป้ายบอกเส้นทางเดินท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.18 รองลงมา คือ เข้าถึงได้หลายเส้นทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า การชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.30 รองลงมา คือ มีร้านอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ด้านที่พัก พบว่า ใกล้แหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.29 รองลงมา คือ ที่พักมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ด้านกิจกรรม พบว่า กิจกรรมมีความ

น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.30 รองลงมา คือ กิจกรรมตรงกระแสการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.17 รองลงมา คือ ความปลอดภัยในชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

3.3 การส่งเสริมการจัดกิจกรรม ผลการศึกษาการส่งเสริมการจัดกิจกรรมชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การส่งเสริมการจัดกิจกรรมชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร

การส่งเสริมการจัดกิจกรรมชุมชน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความต้องการ	องค์ประกอบการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความต้องการ
ด้านการกำหนดพื้นที่และช่วงเวลา				ด้านการสร้างบรรยากาศ			
1. สถานที่จัดกิจกรรมใกล้ริมแม่น้ำ	4.17	0.87	มาก	8. มีกิจกรรมเวิร์กช็อป	4.30	0.87	มาก
2. จัดกิจกรรมภายในอาคาร	3.86	1.01	มาก	9. มีการแสดงดนตรี	4.38	0.75	มาก
3. จัดกิจกรรมกลางวัน-กลางคืน	4.12	0.92	มาก	10. มีการแสดงพื้นเมือง	4.03	0.96	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.05	0.93	มาก	11. มีนักร้องสร้างบรรยากาศ	4.24	0.85	มาก
ด้านใช้สื่อส่งเสริมการจัดกิจกรรม							
4. สื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก	4.20	0.94	มาก	12. การตกแต่งในธีมศิลปะ	4.20	0.86	มาก
5. ช่องทางออฟไลน์ เช่น โปสเตอร์	4.06	0.94	มาก	13. มีบรรยากาศชุมชนเก่า	4.22	0.84	มาก
6. ถ่ายทอดสดผ่านสื่อออนไลน์	3.99	0.99	มาก	14. การใช้แสง สี เสียง	4.27	0.81	มาก
7. เชิญอินฟลูเอนเซอร์มาร่วมจัด	4.11	0.89	มาก	ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.24	0.85	มาก
ค่าเฉลี่ยภาพรวม	4.09	0.94	มาก				

จากตารางที่ 2 นักท่องเที่ยวมีความต้องการด้านการสร้างบรรยากาศการจัดกิจกรรมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ ด้านการกำหนดพื้นที่และช่วงเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

เมื่อพิจารณารายด้าน ผลการวิจัยพบว่า ด้านการสร้างบรรยากาศ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การใช้สื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา คือ สถานที่จัดกิจกรรมใกล้ริมแม่น้ำ มีค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนด้านการกำหนดพื้นที่และช่วงเวลา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวมีความต้องการบรรยากาศการจัดกิจกรรมมากเกี่ยวกับการแสดงดนตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา คือ มีกิจกรรมเวิร์กช็อป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

4. ผลการวิเคราะห์แนวทางการจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า แนวทางการจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ (1) การรวบรวมข้อมูลทางวัฒนธรรมชุมชน (2) การออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ (3) การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน (4) การส่งเสริมแบรนด์ และ (5) การสื่อสารข้อมูล โดยมีกระบวนการจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แนวทางการจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมข้อมูลทางวัฒนธรรมชุมชน เป็นการสำรวจเพื่อจัดเก็บข้อมูลวัฒนธรรมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ วัฒนธรรมด้านกายภาพ สังคม อาชีพ และอาหาร โดยการสำรวจพื้นที่ สัมภาษณ์ชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่น่าเชื่อถือ และการทบทวนเอกสาร ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ การรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ การออกแบบกิจกรรมที่น่าสนใจโดยเชื่อมโยงข้อมูลวัฒนธรรมชุมชนกับการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีกิจกรรมวัฒนธรรม 4 รูปแบบ คือ (1) กิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ เช่น การทำเวิร์กช็อป และการเรียนรู้ผ่านพิพิธภัณฑ์ (2) กิจกรรมแบบมีส่วนร่วม โดยลงมือทำและเข้าร่วมกิจกรรมชุมชน (3) กิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น การถ่ายภาพเล่าเรื่องในย่านเก่า การออกแบบโปสการ์ดจากแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยว และ (4) กิจกรรมตามกระแส เช่น เช็คอิน คาเฟ่ทัวร์ ศิลปะบนกำแพง

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน ออกแบบ จัดกิจกรรม และประเมินผล นับเป็นส่วนสำคัญของการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม มีแนวทางดังนี้ (1) ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุ เยาวชน ผู้ประกอบการ เป็นผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สาธิตกิจกรรมเวิร์กช็อป เพื่อสร้างความภูมิใจในท้องถิ่น (2) จัดเก็บความรู้ในรูปแบบคลิป วิดีโอ สื่อออนไลน์ หรือเอกสาร เพื่อป้องกันการสูญหาย และสามารถเผยแพร่ในการจัดงานครั้งต่อไป (3) สร้างการมีส่วนร่วมกับโรงเรียน มหาวิทยาลัย หน่วยงานรัฐ และเอกชน

ขั้นตอนที่ 4 การส่งเสริมแบรนด์ เป็นการนำเอกลักษณ์มาเสนอผ่านกิจกรรมเพื่อสะท้อนความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น ร่วมสมัย เช่น การเสกงานศิลป์ เทียวคาเฟ่ พร้อมกับการฟังเรื่องราววัฒนธรรมรากเหง้า โดยมีการนำเสนอ ดังนี้ (1) กำหนดอัตลักษณ์แบรนด์ ใช้จุดเด่นพื้นที่ เช่น สถาปัตยกรรม วิถีชีวิตดั้งเดิม และวัฒนธรรมที่หลากหลาย (2) สร้างภาพลักษณ์ผ่านกิจกรรมที่โดดเด่น เช่น นิทรรศการภาพถ่ายวิถีชีวิต การเดินทัวร์อาคารเก่า ร้านกาแฟ พิพิธภัณฑ์ เชื่อมโยงกิจกรรมกับจุดเช็คอิน เรื่องเล่าพื้นที่ (3) นำเสนอประวัติศาสตร์ การตั้งถิ่นฐาน ความเชื่อ พิธีกรรมให้เข้าใจ เพื่อเพิ่มคุณค่าการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป

ขั้นตอนที่ 5 การสื่อสารข้อมูล เป็นการนำองค์ความรู้ของไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผ่านสื่อทันสมัย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ดังนี้ (1) เน้นสื่อออนไลน์ เช่น แพลตฟอร์ม เพจบุ๊กเพื่อสร้างกลุ่มให้เกิดการมีส่วนร่วม และเป็นพื้นที่

เผยแพร่กิจกรรม ใช้อินสตาแกรมเพื่อนำเสนอภาพสวยงาม จุดเช็คอิน หรือสร้างเว็บไซต์เพื่อเป็นแหล่งข้อมูล แผนที่ การติดต่อ รวมทั้งบทความเล่าเรื่องราว (2) ผลิตสื่อที่น่าสนใจ เช่น ทำคลิปสั้นผ่านตีกต็อกให้สนุก ใช้ภาพถ่าย สวยงาม นำเสนอจุดเช็คอิน อาคารเก่า อาหารท้องถิ่น รอยยิ้ม และ (3) สร้างกระแสทางออนไลน์เพื่อขยายการรับรู้ ส่งเสริมการรีวิว โพสต์ภาพพร้อมแฮชแท็ก เชิญอินฟลูเอนเซอร์หรือบล็อกเกอร์มาเยี่ยมชมชุมชนเพื่อแชร์ประสบการณ์

ปัจจัยความสำเร็จของการประยุกต์ใช้แนวทางการจัดการความรู้ คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการร่วม บันทึกรายการข้อมูล รวมทั้งระบบการจัดเก็บที่สามารถเข้าถึงได้แบบออฟไลน์และออนไลน์ เช่น มีป้ายในพื้นที่ มี QR-code ชมวิดีโอเส้นทางออนไลน์ การสร้างตัวชี้วัดเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น จำนวนชิ้นงานบันทึก ยอดวิว/สแกน ความพึงพอใจและรายได้ที่เพิ่มขึ้น จะช่วยแสดงถึงประโยชน์ของการจัดการความรู้ที่เป็นรูปธรรม ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานที่มีความสามารถด้านเทคนิค เช่น มหาวิทยาลัย หอจดหมายเหตุ

ข้อจำกัดและความท้าทายในการนำแนวทางการจัดการความรู้ไปใช้ ทัศนคติชุมชนที่อาจไม่เห็นคุณค่า การจัดเก็บองค์ความรู้ กลัวถูกบิดเบือนข้อมูล ส่งผลให้การมีส่วนร่วมไม่สม่ำเสมอ ความพร้อมชุมชน การขาดทักษะ การบันทึกทำให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน รวมทั้งแรงจูงใจด้านผลตอบแทนในการถ่ายทอดความรู้ ส่งผลไม่ให้อำนาจมี นอกจากนี้ คนในชุมชนที่มีงานประจำไม่มีเวลาร่วมบันทึกความรู้อย่างต่อเนื่อง และงบประมาณที่จำกัดส่งผลต่อ การออกแบบระบบจัดเก็บความรู้เพื่อให้เกิดความคงทนถาวร ทั้งในรูปแบบดิจิทัลและรูปแบบเอกสาร

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า การแบ่งวัฒนธรรมเป็น 4 ด้าน ช่วยให้ชุมชนและผู้จัดงานสามารถออกแบบกิจกรรม ได้หลากหลาย เช่น ทิวทัศน์สถาปัตยกรรม เวิร์กช็อปงานฝีมือ เทศกาลวัฒนธรรม และเส้นทางอาหารท้องถิ่น ทั้งนี้ การศึกษาบริบทชุมชนตลาดน้อย พบว่า วัฒนธรรมด้านกายภาพ โดยเฉพาะความเชื่อพิธีกรรม เป็นองค์ประกอบ ที่ควรส่งเสริมมากที่สุด เนื่องจากมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ชุมชน และเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตอย่างลึกซึ้ง นอกจากนี้ ยังพบว่าการส่งเสริมวัฒนธรรมด้านกายภาพมีส่วนในการหล่อหลอมอัตลักษณ์ชุมชนเกี่ยวกับความเชื่อ พิธีกรรม เช่น พิธีบูชา เทศกาลกินเจที่สะท้อนสายสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งบูชาที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิต สอดคล้องกับ สุพรรณสา นิมพาลี และกฤตพร หัวเจริญ (2565) ที่ศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมชุมชน ตลาดน้อย พบว่า วัฒนธรรมเชิงนามธรรมเป็นรากฐานอัตลักษณ์ชุมชน วัฒนธรรมเหล่านี้มีบทบาทในฐานะสื่อกลาง ถ่ายทอดเรื่องราววัฒนธรรม และวิถีชีวิตได้อย่างชัดเจน มีความเกี่ยวโยงโดยตรงกับสถานที่ การดำรงชีวิตประจำวัน โดยพิธีกรรมส่งผลต่อโครงสร้างการใช้พื้นที่ เช่น การสร้างศาลเจ้า การจัดกิจกรรมในตรอก ซอย ส่งผลให้เกิดรูปแบบ สถาปัตยกรรม และการใช้งานพื้นที่สาธารณะที่มีความเฉพาะตัว อีกทั้งยังสามารถออกแบบกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว เข้ามาสัมผัส มีส่วนร่วมในพิธีกรรม เพื่อเรียนรู้รากเหง้าความเชื่อชุมชนอย่างลึกซึ้ง ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่มีคุณค่า และนำไปสู่ความเข้าใจวัฒนธรรมได้อย่างแท้จริง รวมถึงส่งเสริมการสืบทอดมรดกวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน โดยความเชื่อพิธีกรรมสามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัย โดยไม่สูญเสียแก่นแท้ คนรุ่นใหม่สามารถเรียนรู้และ นำไปต่อยอดได้ อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ สุพรรณสา นิมพาลี และกฤตพร หัวเจริญ (2565) แม้จะกล่าวถึง ความสำคัญของการอนุรักษ์อาคารเก่า แต่ขาดการวิเคราะห์เชิงกายภาพซึ่งอาจทำให้การออกแบบเชิงพื้นที่ ขาดข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์สิ่งปลูกสร้าง ดังนั้น การส่งเสริมวัฒนธรรมเชิงนามธรรมควรทำควบคู่กับการอนุรักษ์ เชิงกายภาพ เช่น อาคารเก่าและสถานที่สำคัญ เพื่อให้เกิดความสมดุลและเสริมคุณค่าซึ่งกันและกัน

อภิปรายผลกิจกรรมทางวัฒนธรรม กิจกรรมทั้ง 12 แบบนี้สามารถนำไปจัดเป็นรายการนำเที่ยวทั้งแบบ ครึ่งวัน (Half day trip) และแบบเต็มวัน (One day trip) รวมทั้งจัดเป็นเทศกาลตามวันสำคัญ จากการศึกษาพบว่า บางกิจกรรมมีความจำเป็นต้องมีผู้รู้ในการจัด เช่น พิธีไหว้เจ้า การชมพิพิธภัณฑ์ เนื่องจากเรื่องราวที่ส่งผ่าน

รุ่นต่อรุ่น ยังไม่มีหน่วยงานใดจัดบันทึกและเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ มีเพียงการสื่อสารผ่านออนไลน์ของนักท่องเที่ยว นักวิจัย และหน่วยงานวิจัย โดยนักท่องเที่ยวที่สนใจท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้อยสามารถเปิดเว็บไซต์เพื่อค้นหาข้อมูลของตลาดน้อยที่มีผู้เผยแพร่ไว้ได้ อย่างไรก็ตาม การรวบรวม จัดเก็บข้อมูลวัฒนธรรมชุมชนอย่างเป็นระบบ จะช่วยให้เกิดความยั่งยืนต่อการท่องเที่ยว รวมทั้งทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่จะไม่สูญหายไปพร้อมกับบุคคลที่เป็นผู้รู้ สอดคล้องกับ นนทนนท์ แยมวงษ์ (2564) ได้อธิบายว่า การจัดเก็บข้อมูลวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ โดยการพัฒนาฐานข้อมูลดิจิทัลเพื่อเก็บข้อมูลวัฒนธรรมชุมชน จะช่วยป้องกันการสูญหายขององค์ความรู้ รวมทั้งผู้ดูแลระบบควรปรับปรุงข้อมูลล่าสุดเข้าสู่ระบบฐานข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีข้อมูลที่ออนไลน์ที่ทันสมัยตลอดเวลา

นอกจากนี้ ยังพบว่ากระบวนการจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรมเริ่มต้นด้วยการรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาการออกแบบกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและมีการจัดการกิจกรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมแบรนด์ตลาดน้อย และการสื่อสารข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ จุฑาสกนธ์ บุญนำ และนิลรัตน์ นวกิจไพฑูรย์ (2565) ที่อธิบายว่า นวัตกรรมจัดการความรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การพัฒนาชุมชนมีองค์ประกอบการจัดการความรู้ที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ โดยมีกระบวนการจัดการความรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ 1) การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) 2) การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) 3) การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge organization) 4) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge codification and refinement) และ 5) การแลกเปลี่ยนความรู้ และการเรียนรู้ (Exchange knowledge and learning) และยังให้ข้อเสนอแนะว่า ควรนำนวัตกรรมจัดการความรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับใช้กับชุมชนที่ให้ความร่วมมือในการจัดการความรู้ ขั้นตอนแรกเป็นการเก็บข้อมูล โดยใช้การลงพื้นที่สำรวจและการสัมภาษณ์ สอดคล้องกับการศึกษาการจัดการความรู้ทางวัฒนธรรมของ นุชนางค์ ชุมดี และวราภา ธีรกุล (2567) ที่ได้มีการสำรวจข้อมูลพื้นที่ชุมชน การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับคนในชุมชน การสัมภาษณ์บุคคลกรภาครัฐ และการศึกษาจากเอกสารท้องถิ่น นอกจากนี้ การถ่ายทอดความรู้และการสื่อสารข้อมูลยังมีการใช้สื่อบุคคลร่วมกับการสื่อออนไลน์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการความรู้ให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกช่วงวัย เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับ จริญญา ตูมะแก้ว (2566) ที่กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมมีการนำเสนอผ่านตัวบุคคล ผ่านสื่อออนไลน์ มีเนื้อหาด้านประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ประเพณี การสืบทอดวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความสนใจและการมีส่วนร่วม โดยใช้สื่อยูทูบ เฟซบุ๊ก โดยเสนอว่าการใช้สื่อออนไลน์ในการเผยแพร่วัฒนธรรม ควรเน้นถึงประโยชน์ของการถ่ายทอดการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเรื่องราวชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าวัฒนธรรมและเพื่ออนุรักษ์ให้กับคนรุ่นหลังได้เรียนรู้

อภิปรายผลการวิจัยศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า มีศักยภาพมากในประเด็นสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรม ซึ่งแสดงถึงความพร้อมในรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย เช่น การมีจุดบริการนักท่องเที่ยว มีร้านอาหาร มีห้องน้ำ สาธารณะเกิดความมั่นใจในการเข้ามาในพื้นที่ นอกจากนี้ ความหลากหลายของกิจกรรมที่มีในชุมชนยังเป็นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ที่แตกต่างออกไป สอดคล้องกับ วรดาภา พันธุ์เพ็ง (2567) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจแบบองค์รวม พบว่า องค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการ กิจกรรม โดยมีค่าเฉลี่ยระดับมาก เช่น การจัดการท่องเที่ยวชุมชน และการจัดการอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัยการส่งเสริมการจัดการกิจกรรมชุมชน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการมากประเด็นการสร้างบรรยากาศการจัดการกิจกรรม โดยเฉพาะการแสดงดนตรี การทำเวิร์กช็อป การใช้แสง สี เสียงในงาน แสดงให้เห็นว่า

ความสนุกสนานและการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสนใจ อาจเพราะมีความต้องการประสบการณ์ตรง สอดคล้องกับการศึกษาการจัดงานภูเขาทองของ ปวิข เรียงศิริ และคณะ (2568) ที่ได้อธิบายว่า การพัฒนา การจัดงานเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงควรจัดให้มีการแสดงวัฒนธรรม การแสดงดนตรีไทย การแสดง ประจำท้องถิ่น มีจุดสำหรับให้นักท่องเที่ยวถ่ายภาพเป็นที่ระลึกที่บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่ไปท่องเที่ยว มีกิจกรรมเวิร์กช็อปให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำเครื่องปั้นดินเผาและงานฝีมือ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี การมีส่วนร่วมที่เน้นให้ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการออกแบบกิจกรรมร่วมกับนักท่องเที่ยว ตามที่ Reindrawati (2023) ได้ชี้ให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อวางแผนมีความสำคัญที่ช่วยให้กิจกรรมสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม Reindrawati (2023) ได้วิเคราะห์ว่า แม้การมีส่วนร่วมจะเป็นหัวใจสำคัญ แต่ในทางปฏิบัติกลับพบ อุปสรรคหลายประการ เช่น ชุมชนขาดความรู้ ทำให้การมีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมไม่เต็มที่ ภาครัฐหรือ ผู้จัดเป็นผู้นำทำกิจกรรม ขณะที่ชุมชนเป็นเพียงผู้ตาม จึงควรเปิดพื้นที่ให้ชุมชนได้แสดงออกถึงอัตลักษณ์ในบทบาท “เจ้าของ” ไม่ใช่ “ผู้ตาม”

อภิปรายผลการวิจัยแนวทางการจัดการความรู้องค์ประกอบการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมสำหรับส่งเสริม การท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนการจัดการความรู้สามารถประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่นที่มีลักษณะวัฒนธรรมโดดเด่น มีประวัติศาสตร์ ยาวนาน และมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้ ควรคำนึงถึงบริบทของแต่ละพื้นที่ เพื่อให้เกิดประโยชน์จากการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ หลักการในการนำแนวทางนี้ไปใช้นี้มีดังนี้

1. การแบ่งประเด็นการศึกษาวัฒนธรรมทั้ง 4 ด้าน (กายภาพ สังคม อาชีพ และอาหาร) เป็นกรอบ ที่ใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นฐานข้อมูลหลัก สามารถใช้สำรวจทรัพยากรในชุมชนอื่นได้ เช่น ชุมชนริมคลอง ชุมชน เชื้อสายจีน ชุมชนเกษตรกรรม เพื่อช่วยให้เห็นภาพรวมอัตลักษณ์ชุมชนในการนำไปออกแบบกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับ นักท่องเที่ยวได้

2. กระบวนการจัดการความรู้ ขั้นตอนทั้ง 5 ได้แก่ การรวบรวมข้อมูล ออกแบบกิจกรรม สร้างการมี ส่วนร่วม ส่งเสริมแบรนด์ และสื่อสารข้อมูล เป็นวงจรที่สามารถปรับใช้ได้กับทุกชุมชนที่มีวัฒนธรรม ทั้งนี้ แต่ละชุมชนสามารถเลือกใช้บางขั้นตอนหรือปรับให้เหมาะกับบริบทวัฒนธรรมที่โดดเด่น เช่น เน้นงานช่าง ทองเหลือง จักสาน ผ้าทอ

3. การมีส่วนร่วมของชุมชน ทุกชุมชนสามารถส่งเสริมให้ชุมชนเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ ในฐานะ “เจ้าของ วัฒนธรรม” เช่น ผู้สูงอายุเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ ช่างฝีมือสาธิตวิธีการ เยวชนเป็นผู้ผลิตสื่อสมัยใหม่

อย่างไรก็ตาม การสร้างการมีส่วนร่วมเป็นความท้าทาย มีข้อจำกัดหลายประการ เช่น ความพร้อมชุมชน สุขภาพผู้รู้ ความรู้เกี่ยวกับพิธีกรรม ความเชื่อ เป็นนามธรรมต้องถ่ายทอดด้วยวาจา ใช้เวลาจัดเก็บ และใช้ ความสามารถในการบันทึก รวมทั้งอาจไม่สามารถเปิดเผยได้ทั้งหมด นอกจากนี้ คนรุ่นใหม่ไม่สนใจ ไม่เข้าใจใน คุณค่าวัฒนธรรม แม้การมีส่วนร่วมจะมีความต่อเนื่อง แต่หากระบบจัดเก็บไม่เป็นระเบียบ อาจนำความรู้มาใช้ไม่ได้ ดังนั้น การสร้างระบบที่เข้าถึงง่าย ใช้ซ้ำได้ มีเวทีแลกเปลี่ยน “เยวชนเรียนรู้จากปราชญ์” จะช่วยให้การจัดการ ความรู้เกิดประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ Hausknecht et al. (2021) ที่ได้ประเมินการทำเวิร์กช็อปเล่า เรื่องดิจิทัล เพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาระหว่างผู้สูงอายุและเยวชน ในโครงการ “เราทำงานร่วมกัน เราช่วยเหลือกัน” เพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องความรู้และภาษาถิ่น โดยผู้สูงอายุเล่าตำนาน ประสบการณ์ ส่วนเยวชนสร้างเรื่องเล่า ดิจิทัลมีภาพ เสียง และดนตรี ผลคือ เกิดความสัมพันธ์ระหว่างรุ่น ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม อย่างเป็นรูปธรรม เยวชนเข้าใจภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้น รวมทั้งสามารถใช้แนวทางนี้ในชุมชนอื่นที่มีบริบท คล้ายกัน

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย แนวทางการประยุกต์ใช้ผลวิจัยเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนนำไปวางแผนพัฒนาพื้นที่มีดังนี้

1.1.1 ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมชุมชน ควรมีการวางแผนพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมเรียนรู้วัฒนธรรม บรรจุน้ำพุร้อนในหลักสูตรท้องถิ่น จัดค่ายเยาวชน ส่งเสริมสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรม สร้างแบรนด์ชุมชน ตั้งคณะกรรมการวัฒนธรรมชุมชน และจัดเทศกาลสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น

1.1.2 ด้านการประสานงานเพื่อการพัฒนาาร่วมกันของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานเขตควรมีนโยบายสนับสนุนการกำกับพื้นที่ด้านการท่องเที่ยว กรมส่งเสริมวัฒนธรรม มีการสนับสนุนงบประมาณเพื่อจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม องค์กรไม่แสวงหากำไรและสถาบันการศึกษาให้การสนับสนุนการฝึกอบรม บันทึกองค์ความรู้ภาคเอกชนและผู้ประกอบการท้องถิ่นมีการลงทุนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก ร้านอาหาร และชุมชนร่วมออกแบบกิจกรรม เชื่อมโยงองค์ความรู้ร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ

1.1.3 ด้านการวางแผนพื้นที่ กำหนดโซนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยไม่รบกวนการอยู่อาศัยของคนในชุมชน การจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เชื่อมที่พัก จุดเช็คอิน เพื่อเพิ่มความต่อเนื่องของประสบการณ์ผู้มาเยือน รวมทั้งสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้องค์ความรู้ได้ถูกถ่ายทอดอย่างเป็นระบบ

1.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1.2.1 ด้านการจัดการข้อมูลทางวัฒนธรรม ควรมีการจัดทำฐานข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS) โดยป้อนข้อมูลที่เป็นตัวอักษร ภาพ ตัวเลข จากนั้นวิเคราะห์เพื่อทำฐานข้อมูลออนไลน์ ส่งเสริมการฝึกอบรมชุมชนให้สามารถบันทึกองค์ความรู้ด้วยตนเอง

1.2.2 ด้านการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยว มีการทดลองกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อประเมินความน่าสนใจของกิจกรรม ออกแบบกิจกรรมให้ยืดหยุ่น หมุนเวียนตามเทศกาลหรือกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มวัยรุ่นเน้นความสนุกสนาน กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเป็นอินเทอร์แอคทีฟ สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ มีจุดเช็คอิน หรือกิจกรรมที่แชร์ลงโซเชียลมีเดียได้ มีการคัดเลือกรูปแบบกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์ ดึงดูดใจ และจัดเป็นแพ็คเกจท่องเที่ยว เช่น “ทัวร์พิพิธตลาดน้อย” หรือ “คาเฟ่ทัวร์”

1.2.3 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ควรจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่ประกอบด้วยตัวแทนจากกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน เพื่อร่วมวางแผนและตัดสินใจ มีการส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น โดยจัดกิจกรรมเวิร์กช็อประหว่างผู้สูงอายุและเยาวชน เพื่อสร้างองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมร่วมกัน

1.2.4 ด้านการสร้างแบรนด์ ควรมีการจัดทำคู่มืออัตลักษณ์แบรนด์ เพื่อให้การสื่อสารภาพลักษณ์ของตลาดน้อยมีความชัดเจนและสอดคล้องกันทุกช่องทาง มีการส่งเสริมการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ เช่น การประกวดภาพถ่าย การออกแบบโปสการ์ด หรือการจัดนิทรรศการศิลปะร่วมสมัย

1.2.5 ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ควรมีการวางแผนการใช้สื่อหลายช่องทาง เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ดิจิตัล เว็บไซต์ และสื่อสิ่งพิมพ์ มีการส่งเสริมการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพ เช่น วิดีโอเล่าเรื่องบทสัมภาษณ์ชุมชน คลิปที่มีแรงบันดาลใจ พัฒนาแพลตฟอร์มชุมชน เช่น เว็บไซต์ ให้มีข้อมูลครบถ้วน ส่งเสริมการใช้อินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่นเพื่อเล่าเรื่องผ่านภาพ วิดีโอ บทความ จัดอบรมชุมชนให้มีทักษะการสื่อสารออนไลน์

1.2.6 ด้านการจัดการบริบททางวัฒนธรรมชุมชน ควรมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยเฉพาะวัฒนธรรมเชิงกายภาพ เช่น อาคารเก่า และวัฒนธรรมเชิงนามธรรม เช่น ความเชื่อ พิธีกรรม ส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านเวิร์กช็อปอาหารจีน ดิเหล็ก เพื่อให้มีส่วนร่วมสืบทอดองค์ความรู้ นอกจากนี้ ควรพัฒนาศักยภาพพื้นที่

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีมาตรฐาน เช่น ห้องน้ำ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ป้ายแนะนำ การปรับปรุงทัศนียภาพ จุดชมวิวให้สะอาด มีข้อมูลที่ปัก และส่งเสริมการพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 การวิเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดกิจกรรมวัฒนธรรม เช่น ปักจี่ย ที่ส่งเสริมและขัดขวางการมีส่วนร่วม บทบาทการทำกิจกรรม และการสร้างแรงจูงใจอย่างต่อเนื่อง

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จและอุปสรรคของแต่ละพื้นที่ เช่น ตลาดน้อย เขาวราช ปากคลองตลาด ทรงวาด คลองโงอ่าง เพื่อสังเคราะห์เป็นโมเดลการส่งเสริมท่องเที่ยวชุมชนในเขตเมือง

2.3 วิเคราะห์บทบาทของสื่อออนไลน์ เช่น TikTok, Instagram, แพลตฟอร์มเทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality: VR) เพื่อชมคอนเทนต์ 3 มิติ เพื่อการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว ออกแบบแอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์ส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน

2.4 การวิเคราะห์ความคาดหวัง และความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อค้นหา รูปแบบกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ที่พึงพอใจและการกลับมาเที่ยวซ้ำ

2.5 การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ วัยทำงาน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อศึกษาความต้องการที่แตกต่างกัน และเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

รายการอ้างอิง

- กฤษณะ นิยมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2564). “การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยชุมชน.” *Journal of Roi Kaensarn Academi*. 6(11) : 350-363.
- เกศราพร พรหมนิมิตกุล. (2564). การจัดการวัฒนธรรมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น ภายใต้ **โครงการ The LINK**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.).
- จุฑาสกนก บุนนาค และนิลรัตน์ นวกิจไพฑูรย์. (เมษายน-มิถุนายน 2565). “นวัตกรรมการจัดการความรู้วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา.” *วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์*. 7(3) : 103-114.
- จริญญา ตูมะแก้ว. (2566). การสื่อสารเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อออนไลน์ ของโครงการสปาร์ควัฒนนา. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต แขนงวิชานวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นุชนาถ ชุมดี และวราภา ธีรกุล. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2567). “การจัดการความรู้และทรัพยากรวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนชาวมอญ ตำบลเจ็ดริ้ว อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร.” *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. 12(2) : 90-116.
- นันทนันท์ แยมวงษ์. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2564). “การพัฒนาระบบฐานข้อมูลวัฒนธรรมท้องถิ่น ในเขตจังหวัด นนทบุรี.” *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*. 29(2) : 49-75.
- ปวิช เรียงศิริ, บุษบา แผงสาเคน, รัชกฤต ลากพิมล, และธีระยงค์ เฉลิมพงศ์. (มกราคม-มิถุนายน 2568). “ปัจจัย ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในงานวัดภูเขาทอง: แรงจูงใจและความต้องการ.” *วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 5(1) : 74-94.

- ภรณ์พักตรา ศักดา และคณะ. (ตุลาคม-ธันวาคม 2567). “การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ตำบลตะกบ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี.” *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา*. 6(4) : 153-166.
- มงคลชัย วิริยะพินิจ. (2565). *สะท้อนการจัดการความรู้จากความสำเร็จ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลภัสรดา น้อยเอี่ยม และวรฤต เกื้อนช้าง. (มกราคม-เมษายน 2565). “การจัดการความรู้และองค์การแห่งการเรียนรู้ในยุคโลกาภิวัตน์.” *บัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์*. 10(1) : 97-108.
- ศิลาวัฒน์ ชัยวงศ์, ธีรนนท์ จิระกนิมิต และมุกกรวี ฉิมพะเนา. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2565). “วัฒนธรรมชุมชนกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน.” *วารสาร มจร กาญจนปริทรรศน์*. 2(2) : 127-139.
- วรดาภา พันธุ์เพ็ง. (กันยายน-ตุลาคม 2567). “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจแบบองค์รวม.” *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*. 9(5) : 294-306.
- วรพงศ์ ผูกู้ และคณะ. (2564). *รูปแบบการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาพื้นที่ต้นแบบชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม
- สุธิดา แจ่มประจักษ์. (เมษายน-มิถุนายน 2565). “การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน.” *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. 6(2) : 214-222.
- สุพรรณสา ฉิมพาลี และกฤตพร ห้าวเจริญ. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565). “อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร.” *วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล*. 35(2) : 72-89.
- Brennan, M. (2023). **Importance of Incorporating Local Culture into Community Development**. [online]. Available : <https://extension.psu.edu/importance-of-incorporating-local-culture-into-community-development>. [13 August 2025].
- Dickman, S. (1996). **Tourism: An Introductory Text**, 2nd ed. Australia: Hodder Education.
- Hausknecht, S. et al. (June 2021). “Sharing Indigenous Knowledge through Intergenerational Digital Storytelling: Design of a Workshop Engaging Elders and Youth”. *Educational Gerontology*. 47(7) : 285-296.
- Otowicz, M. H. et al. (May 2022). “Tourism, Knowledge Management and Its Processes: An Integrative Literature Review”. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, Sao Paulo*. 16, e-2368 : 1-21.
- Reindrawati, D. Y. (January 2023). “Challenges of Community Participation in Tourism Planning in Developing Countries”. *Cogent Social Sciences*. 9:1, 2164240 : 1-12.
- Stoica, G.D. et al. (May 2022). “Perspectives for the Development of Sustainable Cultural Tourism”. *Sustainability*. 14, 5678 : 1-17.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**, 3rd ed. New York: Harper and Row.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีน

ที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร

Factors Influencing Satisfaction of Chinese Customers

Patronizing Spa Services in Bangkok

อนันต์ เชื้อชาญกิจการ^{1,*}Anan Chieochankitkan^{1,*}

Received 24 October 2025
 Revised 12 December 2025
 Accepted 14 December 2025

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 385 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร เครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ผลการวิจัยพบว่า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานครมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ 0.281 (Sig. = 0.000) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมตลาดและการตระหนักรู้ด้านราคา (Marketing Promotion and price awareness) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (B) เท่ากับ 0.246 (Sig. = 0.000) ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยความพึงพอใจ, บริการสปา, กรุงเทพมหานคร

¹ปร.ด. การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2556. อาจารย์ สังกัดคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

¹ Ph.D. in Integrated Tourism Management, National Institute of Development Administration, 2013. Lecturer of Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University.

*Corresponding author, e-mail: anan.chn@dpu.ac.th

Abstract

This study aimed to examine the factors influencing the satisfaction of Chinese customers patronizing spa services in Bangkok. The sample consisted of 385 respondents selected through accidental sampling. This study employed a quantitative research design, using a structured questionnaire to collect data from Chinese customers who had already patronized spa services in Bangkok. The statistical tools employed for data analysis included descriptive statistics—such as percentages, means, frequency distributions, and standard deviations—as well as multiple regression analysis. The findings revealed that, at the 0.01 level of statistical significance, among all factors examined, physical evidence emerged as the most critical factor influencing Chinese customers' satisfaction with spa services in Bangkok, with a regression coefficient (B) of 0.281 (Sig. = 0.000). Subsequently, marketing promotion and price awareness demonstrated a regression coefficient (B) of 0.246 (Sig. = 0.000).

Keywords: Factors satisfaction, Spa services, Bangkok

บทนำ

ประเทศไทยมีศักยภาพในการให้บริการด้านสุขภาพ อันเป็นผลมาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการสนับสนุนเชิงกลยุทธ์จากภาครัฐ ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2569 รัฐบาลไทยได้ดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาประเทศด้านการแพทย์ครบวงจรเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยก้าวขึ้นเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และ สุขภาพระดับนานาชาติ โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมศักยภาพของอุตสาหกรรมบริการสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และธุรกิจสปาเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะ “ศูนย์กลาง สุขภาพของเอเชีย (Medical and wellness hub of Asia)” ซึ่งมีเป้าหมายในการสร้างรายได้ให้กับประเทศกระตุ้น ให้ภาคธุรกิจบริการสุขภาพมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการใช้จ่ายกิจกรรม ด้านสุขภาพเฉลี่ยในไทยประมาณ 60,650.60 บาทต่อทริป ส่วนของธุรกิจสปามีการเติบโต 9.4% มูลค่ารวม 5.59 หมื่นล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2568)

จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่ากลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการสปาในประเทศไทยมากกว่าร้อยละ 80 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ อิทธิพล ของวัฒนธรรมไทยที่เผยแพร่ในประเทศจีนและการรับรู้ของผู้บริโภคชาวจีนต่อภาพลักษณ์ของ “นวดไทย” และ “สปาไทย” ว่าเป็นศาสตร์การบำบัดที่มีเอกลักษณ์ได้กลายเป็นแรงดึงดูดสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดความนิยม นอกจากนี้ การนวดไทยยังได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติในฐานะมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของประเทศไทย ซึ่งช่วย สร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพ มาตรฐานและประสบการณ์การผ่อนคลายของผู้ใช้บริการ โดยนักท่องเที่ยวชาวจีน ส่วนใหญ่มองว่าการทำสปาและนวดไทยไม่เพียงแต่เป็นกิจกรรมสุขภาพแต่ยังเป็นการสัมผัสวัฒนธรรมไทยในรูปแบบ ของการบำบัดเพื่อความสมดุลของกายและใจซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสปาไทยเป็นบริการที่มีศักยภาพสูงในการสร้าง รายได้และส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2568)

ทั้งนี้ ธุรกิจสปาในกรุงเทพมหานครเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการสุขภาพที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวของประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าชาวจีนซึ่งถือเป็นตลาดหลักที่มีศักยภาพสูงและมีแนวโน้มเติบโต

อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การแข่งขันของธุรกิจสปาในปัจจุบันมีความรุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องเข้าใจปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง หากการให้บริการขาดมาตรฐานหรือไม่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของลูกค้าชาวจีน อาจส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจ การไม่กลับมาใช้บริการซ้ำหรือเกิดการบอกต่อเชิงลบ ซึ่งกระทบต่อภาพลักษณ์และรายได้ของธุรกิจโดยตรง ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้สถานประกอบการสปานำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาคุณภาพบริการ การสื่อสารทางการตลาดเชิงรุกและกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า บริการสปาได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางจากนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งมีแนวโน้มใช้บริการดังกล่าวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาที่คาดว่าจะได้รับจะมีคุณค่าเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสปาไทย โดยสามารถใช้เป็นแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจในระยะยาว สร้างความสัมพันธ์อันยั่งยืนกับนักท่องเที่ยวชาวจีนและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพของประเทศไทยในระดับสากล

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ประโยชน์ทางวิชาการ

งานวิจัยนี้ช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจบริการและการตลาดเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะในบริบทของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาคือข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปต่อยอดในการวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค การพัฒนาคุณภาพบริการ และการสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคต

2. ประโยชน์ต่อธุรกิจ

ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้สถานประกอบการเพื่อสุขภาพพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าชาวจีน รวมถึงปรับปรุงประสบการณ์บริการและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความภักดีของลูกค้า ซึ่งจะช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจและเสริมสร้างศักยภาพของอุตสาหกรรมสปาในระดับประเทศ

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้การศึกษา ค้นคว้า รวบรวมเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา มาวิเคราะห์ สังเคราะห์และสรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่ลูกค้าสามารถมองเห็นและสัมผัสได้ในกระบวนการให้บริการ เช่น การตกแต่งสถานที่ สี แสง กลิ่น เสียงและความสะอาดซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้า ตามแนวคิดของ Bitner (1992) ในทฤษฎี Servicescape ที่ระบุว่า

สภาพแวดล้อมบริการมีอิทธิพลต่ออารมณ์และพฤติกรรมผู้ใช้บริการโดยตรง งานวิจัยของ Ryu, Lee and Kim (2012) และ Countryman and Jang (2006) พบว่า การออกแบบและบรรยากาศที่เหมาะสมช่วยสร้างความประทับใจและเพิ่มความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ดังนั้น การสร้างสถานที่ให้บริการมีเอกลักษณ์ ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในธุรกิจบริการ

2. การส่งเสริมการตลาด (Marketing promotion) และการตระหนักรู้ด้านราคา (Price awareness) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการตัดสินใจของลูกค้าในธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจบริการ การส่งเสริมการตลาดช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์ กระตุ้นความสนใจ และเพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ส่วนการตระหนักรู้ด้านราคาทำให้ลูกค้าประเมินความคุ้มค่าระหว่างคุณภาพกับต้นทุนได้ชัดเจนขึ้น งานวิจัยของ Zeithaml (1988) และ Kotler and Keller (2016) ชี้ว่า การกำหนดราคาและการสื่อสารโปรโมชั่นอย่างเหมาะสมช่วยสร้างความรู้สึกรู้สึกดี ความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจบริการ ดังนั้น การจัดโปรโมชั่นที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและการแสดงข้อมูลราคาอย่างโปร่งใส จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า

3. ผลิตภัณฑ์ (Products) เป็นองค์ประกอบสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจบริการ ผลิตภัณฑ์หมายถึงบริการหลักและบริการเสริมที่ลูกค้าได้รับ เช่น โปรแกรมมวด ทริตเมนต์บำรุงผิว หรือแพ็คเกจผ่อนคลาย ซึ่งต้องมีคุณภาพ เห็นผลลัพธ์และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า งานวิจัยของ Lovelock and Wirtz (2016) ชี้ว่า ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการช่วยสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า ในขณะที่ Bitner (1992) ระบุว่า ประสบการณ์ที่ดีจากการรับบริการ ทริตเมนต์ส่งผลต่อความรู้สึกไว้วางใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และ ทริตเมนต์ให้มีความมาตรฐาน ปลอดภัยและสร้างความรู้สึกรู้สึกผ่อนคลายเพื่อเพิ่มคุณค่าและความประทับใจแก่ลูกค้า

4. กระบวนการให้บริการ (Service process) เป็นปัจจัยสำคัญในส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะในธุรกิจสปาซึ่งเน้นประสบการณ์และการดูแลอย่างใกล้ชิด กระบวนการให้บริการหมายถึงขั้นตอนตั้งแต่การต้อนรับ การให้คำแนะนำ การให้บริการทริตเมนต์ ไปจนถึงการติดตามหลังการใช้บริการ งานวิจัยของ Zeithaml, Bitner and Gremler (2018) ชี้ว่ากระบวนการบริการที่ชัดเจน รวดเร็วและเป็นมิตรสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้า ขณะที่ Gronroos (2007) เน้นการบริการที่เป็นระบบและสอดคล้องกันทุกขั้นตอนจะช่วยเสริมภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรออกแบบกระบวนการบริการให้มีความมาตรฐานและมุ่งเน้นประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าในทุกจุดสัมผัส (Customer touchpoints)

5. พนักงานบริการ (Service staff) เป็นองค์ประกอบสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจสปา เนื่องจากเป็นผู้ที่สร้างประสบการณ์การบริการโดยตรงให้กับลูกค้า พนักงานจึงเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ขององค์กร งานวิจัยของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1988) ระบุว่า ความสุภาพ ความเชี่ยวชาญและความเอาใจใส่ของพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดคุณภาพการบริการ ขณะที่ Bitner (1990) ชี้ว่าการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับลูกค้ามีผลต่ออารมณ์และความพึงพอใจอย่างมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกบุคลากรที่มีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ การอบรม

ด้านเทคนิคการบริการและการสร้างทัศนคติที่ดี เพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างมืออาชีพและสร้างความประทับใจสูงสุดแก่ลูกค้า

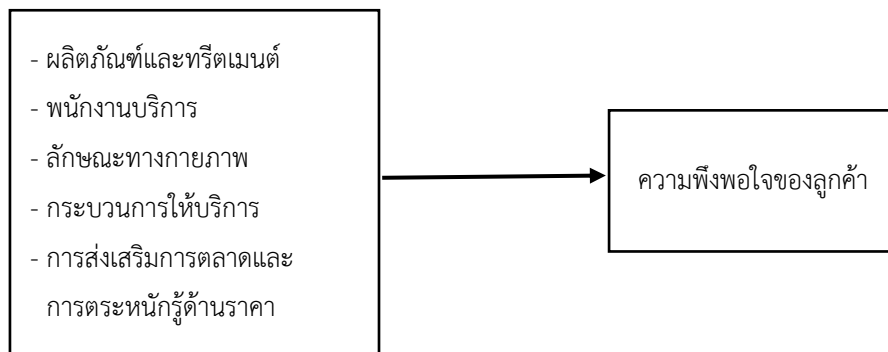
6. ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) เป็นตัวชี้วัดสำคัญที่สะท้อนถึงความสำเร็จของธุรกิจบริการรวมถึงธุรกิจสปา โดยหมายถึงระดับของความรู้สึกเชิงบวกที่เกิดขึ้นเมื่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้บริการตรงตามหรือเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า (Kotler & Keller. 2016) งานวิจัยของ Oliver (1997) อธิบายว่าความพึงพอใจเกิดจากการประเมินเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง (Expectation) กับผลลัพธ์ที่ได้รับ (Perceived performance) หากผลลัพธ์ดีกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดี ขณะที่ Bitner (1990) และ Zeithaml, Bitner, and Gremler (2018) ชี้ว่าความพึงพอใจส่งผลต่อการบอกต่อเชิงบวกและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น การมอบประสบการณ์บริการที่มีคุณภาพทั้งด้านบรรยากาศ บุคลากร ราคาและกระบวนการบริการ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับความพึงพอใจและสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัย องค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร มีตัวแปรต้นในการวัด 5 ด้าน คือ ผลลัพธ์และทรีตเมนต์ พนักงานบริการ ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการและการส่งเสริมการตลาด และการตระหนักรู้ด้านราคา ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของลูกค้า มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ตัวแปรต้น (Independent variables)

ตัวแปรตาม (Dependent variables)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2568.

สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยข้างต้น กำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ 5 สมมติฐานดังนี้

H₁: ผลลัพธ์และทรีตเมนต์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H₂: พนักงานบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H₃: ลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H₄: กระบวนการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

H₅: การส่งเสริมการตลาดและการตระหนักรู้ด้านราคามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ ลูกค้าชาวเงินอายุ 18 ขึ้นไปที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้พบและยินดีให้ข้อมูลระหว่างการเก็บแบบสอบถามจริง ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์และสามารถนำมาวิเคราะห์ได้จำนวน 385 ชุด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้กำหนดโดยอ้างอิงสูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม (Margin of error) เท่ากับ 0.05 ($\alpha = 0.05$) จากการคำนวณตามสูตรดังกล่าว พบว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 385 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร และตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวเงินที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และทรีตเมนต์ ด้านพนักงานบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดและการตระหนักรู้ด้านราคา รวมทั้งการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตัวเลือก 5 ระดับตามวิธีของ (Likert method) และตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.1 สร้างแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

3.2 ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่าคำถามแต่ละข้อมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจึงมีความเหมาะสมในการใช้วัดตัวแปรที่ทำการศึกษาได้ (Rovinelli & Hambleton. 1977)

3.3 นำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try-out) จำนวน 30 ราย ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) อยู่ในช่วง 0.873-0.954 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่ามีความน่าเชื่อถือ (Cronbach. 1969)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูล แล้วตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบจากการเก็บแบบสอบถามจากลูกค้าชาวเงินที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กับใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุเชิงเส้น

(Multiple linear regression analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตามเพียงตัวเดียว ใช้เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ผลการวิจัย

จากผลการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าชาวจีนจำนวน 385 คน ที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาอยู่ในระดับสูงที่สุดทุกด้าน โดยเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.69 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และทรีตเมนต์ (Products and treatments) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Service process) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและการตระหนักรู้ด้านราคา (Marketing promotion and price awareness) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 และปัจจัยด้านพนักงานบริการ (Service staff) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ตามลำดับ ระดับความพึงพอใจโดยรวม พบว่าอยู่ในระดับสูงที่สุดเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายของระดับความคิดเห็นลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลความหมาย
1. ผลิตภัณฑ์และทรีตเมนต์	4.64	0.36	มากที่สุด
2. พนักงานบริการ	4.58	0.42	มากที่สุด
3. ลักษณะทางกายภาพ	4.69	0.26	มากที่สุด
4. กระบวนการให้บริการ	4.64	0.33	มากที่สุด
5. การส่งเสริมการตลาดและการตระหนักรู้ด้านราคา	4.62	0.48	มากที่สุด
ภาพรวม	4.68	0.33	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานครทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เรียงตามลำดับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จากมากไปน้อย คือ การส่งเสริมการตลาดและการตระหนักรู้ด้านราคา ลักษณะทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์และทรีตเมนต์ กระบวนการให้บริการและพนักงานบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.447, 0.372, 0.224, 0.224 และ 0.162 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.166 ถึง 0.442 เมื่อพิจารณาค่าสหสัมพันธ์มีค่าไม่เกิน 0.85 ฉะนั้นจะไม่เกิดปัญหาที่เรียกว่า ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) กล่าวคือ ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ไม่มีความสัมพันธ์กันมาก (Kline. 2005)

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
ผลิตภัณฑ์และทรีตเมนต์ (1)	1.000	0.442**	0.409**	0.346**	0.392**	0.224**
พนักงานบริการ (2)		1.000	0.247**	0.412**	0.166**	0.162**
ลักษณะทางกายภาพ (3)			1.000	0.342**	0.390**	0.372**
กระบวนการให้บริการ (4)				1.000	0.242**	0.224**
การส่งเสริมการตลาดและ การตระหนักรู้ด้านราคา (5)					1.000	0.447**
ความพึงพอใจของลูกค้า (6)						1.000

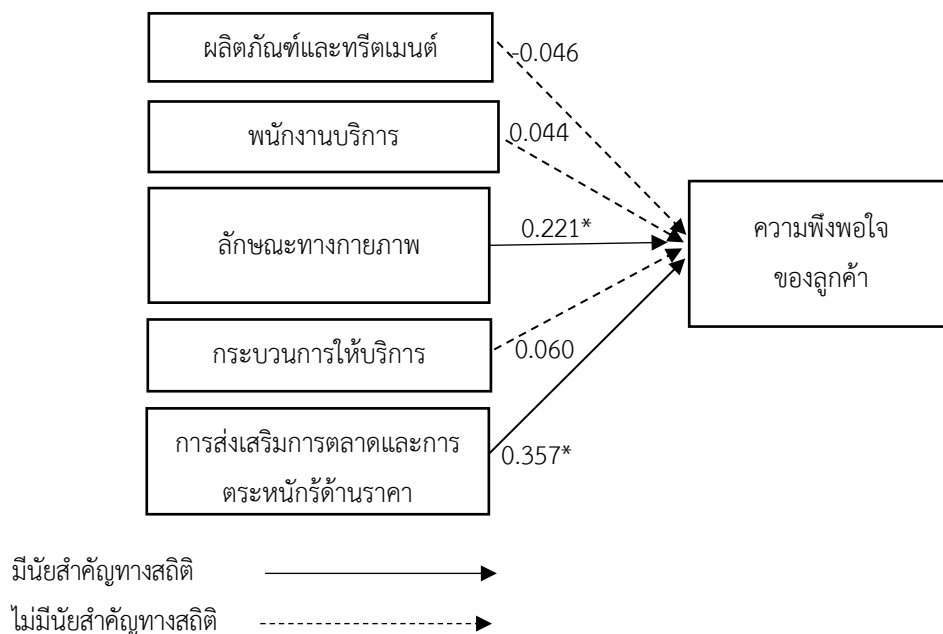
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาความเป็นอิสระของตัวแปรอิสระ พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์การขยายความแปรปรวน (Variance Inflation Factor: VIF) ไม่เกิน 10 ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าค่า VIF ที่มีค่าเท่ากับ 1 หมายถึงไม่มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระ ส่วนค่าที่มีค่าเกิน 10 มักถือว่าเป็นสัญญาณของปัญหาความสัมพันธ์เชิงพหุสหสัมพันธ์ (Multicollinearity) ซึ่งอาจส่งผลให้แบบจำลองการถดถอยมีความคลาดเคลื่อนหรือความซับซ้อนของตัวแปร การคำนวณค่า VIF ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวในแบบจำลองการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุว่าตัวแปรใดอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาพหุสหสัมพันธ์ ทั้งนี้ การที่ค่า VIF ของตัวแปรทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน 10 แสดงว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ซับซ้อนระหว่างตัวแปรอิสระในแบบจำลอง และผลการวิเคราะห์ถดถอยสามารถตีความได้อย่างน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย (B)	ค่า	ค่าสถิติ	ระดับ	ภาวะพหุ ร่วมเชิงเส้น (VIF)
		สัมประสิทธิ์ ถดถอย มาตรฐาน (Beta)	ทดสอบ (t – test)	นัยสำคัญ ทางสถิติ (Sig.)	
1. ผลิตภัณฑ์และทรีตเมนต์	-0.042	-0.046	-0.862	0.389	1.533
2. พนักงานบริการ	0.035	0.044	0.858	0.392	1.376
3. ลักษณะทางกายภาพ	0.281	0.221	4.344	0.000	1.359
4. กระบวนการให้บริการ	0.061	0.060	1.197	0.232	1.327
5. การส่งเสริมการตลาด และการตระหนักรู้ ด้านราคา	0.246	0.357	7.227	0.000	1.286
R square = 0.252, Adjusted R square = 0.242, F = 26.532, Sig. = 0.000					

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple regression analysis) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร พบว่า เมื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระทุกตัว โดยพิจารณาจากค่า F-Statistic มีค่าเท่ากับ 26.532 (Sig. = 0.000) แสดงว่าตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และทรีตเมนต์ พนักงานบริการ ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ และการส่งเสริมการตลาดและการตระหนักรู้ด้านราคา มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานครและจากผลการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนมี 2 ปัจจัย คือ ลักษณะทางกายภาพและการส่งเสริมการตลาดและความตระหนักรู้ด้านราคา โดยปัจจัยการส่งเสริมการตลาดและความตระหนักรู้ด้านราคาส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานครมากที่สุด (Beta=0.357) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Beta=0.221) ในขณะที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และทรีตเมนต์ พนักงานบริการและกระบวนการให้บริการไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 นอกจากนี้ยังพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับปรุงแล้ว (Adjusted R Square) มีค่าเท่ากับ 0.242 หมายความว่า ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และทรีตเมนต์ พนักงานบริการ ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ และการส่งเสริมการตลาดและการตระหนักรู้ด้านราคา ส่งผลต่อตัวแปรตาม (Dependent variable) คือ ความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีน ร้อยละ 24.20 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 75.80 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา สามารถเขียนสมการถดถอยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร ในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้ $Y = -0.046$ (ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และทรีตเมนต์) + 0.044 (ปัจจัยด้านพนักงานบริการ) + 0.221^{**} (ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ) + 0.060 (ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ) + 0.357^{**} (ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและการตระหนักรู้ด้านราคา)



ภาพที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษานี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร โดยสามารถอภิปรายผลความสอดคล้องกับนักวิจัยท่านอื่น ๆ ได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยประการแรกที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมตลาดและการตระหนักรู้ด้านราคามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจของลูกค้าชาวจีนที่ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้จากผลการวิจัยดังกล่าวสรุปประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลโปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (2) มีการจัดทำบัตรสมาชิกและระบบสะสมคะแนนเพื่อให้ส่วนลดการใช้บริการ (3) มีการจัดโปรโมชั่นประจำเดือนหรือในช่วงเทศกาลพิเศษ (4) มีการจัดแสดงผลภัณฑ์หรือตัวอย่างทดลองสินค้าและ (5) มีสื่อโฆษณาที่ชัดเจนและให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนแก่ลูกค้า ประเด็นข้างต้นมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยและแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านที่ได้อธิบายถึงความสำคัญของการส่งเสริมตลาดและการตระหนักรู้ด้านราคาซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

ผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาของนักวิจัยหลายท่าน ได้แก่ Iqbal and Shah (2016); Quang (2017); Verma and Singh (2017); Alipour, Pour and Darbahaniha (2018) ยืนยันว่าการส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นพฤติกรรมซื้อของลูกค้า ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มยอดขายในระยะสั้นผ่านการเร่งการตัดสินใจซื้อ แต่ยังส่งผลเชิงบวกต่อการสร้างยอดขายระยะยาวโดยมีบทบาทในการดึงดูดลูกค้าใหม่ กระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้สินค้า และเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างแบรนด์กับลูกค้า อีกทั้งยังช่วยสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดตามเทศกาลและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Tiktok, Line official และสื่อดิจิทัลอื่นมีส่วนช่วยเพิ่มการรับรู้ของลูกค้า (Brand awareness) และกระตุ้นการเข้าชมร้านค้าหรือช่องทางบริการ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ กลยุทธ์ที่ได้รับความนิยม เช่น การใช้บัตรสมาชิก ระบบสะสมคะแนนหรือการมอบส่วนลดพิเศษช่วยสร้างความรู้สึกถึง “คุณค่าที่มากกว่า” และกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อแบรนด์รวมถึงมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำ

จากแนวคิดดังกล่าวสามารถวิเคราะห์ได้ว่า การส่งเสริมการตลาด (Marketing promotion) มีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจบริการ เช่น สปาเพื่อสุขภาพ การจัดโปรโมชั่นส่วนลด การมอบสิทธิพิเศษแก่สมาชิกหรือการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว ช่วยสร้างการรับรู้ถึง “ความคุ้มค่า” และ “ความใส่ใจจากผู้ให้บริการ” ซึ่งส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและความเชื่อมั่นต่อธุรกิจเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ การส่งเสริมการตลาดที่มีความต่อเนื่องและตอบสนองความต้องการของลูกค้ายังช่วยสร้าง “ความผูกพันต่อแบรนด์” (Brand loyalty) และกระตุ้นให้เกิด “การซื้อซ้ำ” (Repeat purchase) กล่าวโดยสรุป การส่งเสริมการตลาดจึงไม่เพียงช่วยเพิ่มยอดขายในระยะสั้น แต่ยังเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างธุรกิจกับลูกค้า

2. ประเด็นที่สองอภิปรายถึงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้ (1) พื้นที่ให้บริการต้องสะอาดและได้รับการดูแลรักษาอย่างสม่ำเสมอ (2) ห้องทรีตเมนต์มีความเป็นส่วนตัวและเหมาะสมกับประเภทของการให้บริการ (3) พื้นที่โดยรอบและห้องทรีตเมนต์ควรมีการตกแต่งที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ (4) พื้นที่ให้บริการควรมีการจัดวางอย่างเป็นระบบและมีสัดส่วนที่เหมาะสม (5) การจัดแสงสว่าง อุณหภูมิและบรรยากาศโดยรวมผ่อนคลายแก่ผู้รับบริการ ประเด็นข้างต้นสอดคล้องกับผลการศึกษาหลายฉบับ ได้แก่ งานวิจัยของ Countryman and Jang (2006); Markovic and Raspor (2013); Wahyutari, Sutarma and Antara (2020); Dorytol, Varinli and

Kitapci (2014); Ho, Feng and Yeng (2014); Karunaratne and Jayawardena (2010) พบว่า “หลักฐานทางกายภาพ” (Physical evidence) เป็นองค์ประกอบที่จับต้องได้ของการให้บริการ เช่น การตกแต่งสถานที่ทั้งภายในและภายนอกให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน และเมนูหรือองค์ประกอบอื่นที่สร้างความดึงดูดใจต่อลูกค้า ปัจจัยเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้เชิงคุณภาพของลูกค้าและมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อระดับความพึงพอใจโดยรวม ลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพและตัดสินใจเลือกใช้บริการ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับ “สภาพแวดล้อมของการบริการ” หรือ Servicescape ที่ครอบคลุมทั้งการออกแบบอาคาร พื้นที่ให้บริการ การตกแต่งภายใน รวมถึงการจัดแสง สี เสียง และอุณหภูมิให้เหมาะสม งานวิจัยจำนวนมากชี้ว่า “การตกแต่งภายในและบรรยากาศโดยรวม” เป็นการลงทุนที่ช่วยสร้างความประทับใจแรกในเชิงบวก ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ ภาพลักษณ์องค์กร และความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้น “Servicescape” จึงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างสิ่งแวดล้อมทางกายภาพกับพฤติกรรม การตอบสนองของลูกค้า ทั้งในด้านอารมณ์ ความพึงพอใจ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า “หลักฐานทางกายภาพ” เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะในธุรกิจโรงแรมและบริการ ซึ่งเป็นภาคธุรกิจที่ประสบการณ์ของลูกค้ามีความเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอย่างใกล้ชิด การตกแต่งสถานที่ให้มีเอกลักษณ์ การจัดพื้นที่ให้เหมาะสม ความสะอาด ความสะดวกสบาย และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันล้วนมีบทบาทสำคัญในการสร้างความประทับใจแรกพบ ลดข้อร้องเรียนของลูกค้าและเพิ่มความน่าดึงดูดของบริการ นอกจากนี้ ความสวยงามและเอกลักษณ์ของการตกแต่งห้องพัก ขนาดและคุณภาพของเฟอร์นิเจอร์ รวมถึงบรรยากาศโดยรวม ยังส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ และความเต็มใจในการแนะนำต่อผู้อื่น สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร เสริมความไว้วางใจในคุณภาพบริการ และเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ดังนั้น หลักฐานทางกายภาพจึงถือเป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่าง การรับรู้คุณภาพบริการ (Perceived service quality) และความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) ทั้งในเชิงอารมณ์และพฤติกรรมซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างประสบการณ์เชิงบวกและความภักดีของลูกค้าในระยะยาว

ที่สำคัญ ผลการวิจัยฉบับนี้พบว่า การส่งเสริมการตลาด การรับรู้ด้านราคา และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคในธุรกิจสุขภาพ สปาและนวดเพื่อสุขภาพในประเทศไทย ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาก่อนหน้าอย่างมีนัยสำคัญ โดยงานวิจัยของศัชฌาย์ ดวงจันทร์ และนริศ คำแก่น (2558) ที่ศึกษาความคาดหวังต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างเด่นชัด สะท้อนให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับบรรยากาศ การตกแต่ง ความสะอาด ความสวยงาม และองค์ประกอบทางกายภาพของสถานบริการสปา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยฉบับนี้ที่ชี้ว่าลักษณะทางกายภาพเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า เช่นเดียวกับงานวิจัยของเพ็ญศรี วรรณสุข (2556) ที่ศึกษาคุณภาพบริการและกลยุทธ์การตลาดบริการสุขภาพซึ่งส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการของลูกค้า โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการสปาในประเทศไทย ทำให้ข้อค้นพบดังกล่าวสนับสนุนผลการวิจัยในครั้งนี้ว่าปัจจัยด้านการตลาดและประสบการณ์

ด้านสิ่งแวดล้อมภายในร้านเป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังพบว่า งานวิจัยเชิงวิทยานิพนธ์อีกหลายฉบับมีผลลัพธ์ที่สอดคล้องกับงานวิจัยนี้ เช่น สิปปศิณี บาเรย์ (2555); ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์ (2551); และไพโรจน์ สมศรี (2556) รายงานว่าปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด การกำหนดราคา และการรับรู้คุณค่า มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทยอย่างเด่นชัด สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคในธุรกิจสุขภาพมีความละเอียดอ่อนต่อทั้งราคา การรับข้อมูลข่าวสาร และประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ได้รับภายในสถานประกอบการ ทั้งหมดนี้ช่วยยืนยันว่าปัจจัยที่กล่าวมามีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาดยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพที่ต้องอาศัยบรรยากาศ ความผ่อนคลาย และความคุ้มค่าของราคาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความประทับใจและความภักดีต่อบริการ ดังนั้นผลการวิจัยฉบับนี้จึงมีส่วนช่วยขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจสุขภาพของไทย และยืนยันว่าปัจจัยด้านการตลาด การรับรู้ด้านราคา และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผู้ประกอบการสปาและธุรกิจสุขภาพควรให้ความสำคัญในการออกแบบบริการและกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 จากข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการสปา มีดังนี้ ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ (1) การออกแบบและตกแต่งสถานที่ (Physical design & Aesthetics) ควรออกแบบพื้นที่ให้มีเอกลักษณ์ สะท้อนอัตลักษณ์ของแบรนด์และเหมาะกับกลุ่มลูกค้า เช่น ใช้วัสดุธรรมชาติ โทนสีและแสงที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า (2) การดูแลความสะอาดและบำรุงรักษา (Cleanliness & Maintenance) ควรรักษาความสะอาดของพื้นที่ภายใน-ภายนอกและอุปกรณ์บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพ ความปลอดภัยและมาตรฐานการบริการ (3) การบริหารบรรยากาศโดยรวม (Service ambience management) ควรจัดกลิ่น เสียง แสง อุณหภูมิและการจัดวางพื้นที่ให้กลมกลืนกันเพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย กระตุ้นความรู้สึกพึงพอใจ และยกระดับประสบการณ์ของลูกค้าผ่านแนวคิด “การตลาดผ่านประสาทสัมผัส” (Sensory marketing)

1.2 จากข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการสปา มีดังนี้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและการตระหนักรู้ด้านราคา (1) พัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการควรวิเคราะห์ลักษณะลูกค้าและออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นรายเดือน หรือ โปรแกรมสมาชิก เพื่อสร้างแรงจูงใจและเพิ่มความผูกพันกับแบรนด์ (2) ใช้สื่อดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ควรใช้โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์และแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลโปรโมชั่นและสร้างการรับรู้แบรนด์ในวงกว้าง โดยเน้นการสื่อสารที่น่าเชื่อถือและสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของร้าน (3) จัดโปรโมชั่นที่สร้างคุณค่าและภาพลักษณ์เชิงบวก ควรเน้นโปรโมชั่นที่เพิ่มประสบการณ์แทนการลดราคาโดยตรง เช่น การจัดแพ็คเกจบริการพิเศษหรือการให้ของสมนาคุณ เพื่อคงภาพลักษณ์คุณภาพและสร้างความรู้สึกรักคุณค่าแก่ลูกค้า

(4) สร้างระบบสมาชิกและสิทธิพิเศษเพื่อรักษาลูกค้า การจัดโปรแกรมสะสมแต้ม ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ หรือสิทธิพิเศษในวันสำคัญ ช่วยส่งเสริมความจงรักภักดีและการกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ขยายพื้นที่การศึกษา ควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังจังหวัดอื่นหรือภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในบริบทที่หลากหลายมากขึ้น

2.2 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพหรือแบบผสม (Mixed methods) เพื่อให้เข้าใจมุมมองเชิงลึกของลูกค้าเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้บริการสปา อาจใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ร่วมกับแบบสอบถามเชิงปริมาณ

2.3 เปรียบเทียบกลุ่มลูกค้าตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic segmentation) เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ หรือสัญชาติ เพื่อศึกษาว่าความแตกต่างเหล่านี้มีผลต่อระดับความพึงพอใจหรือปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2568). **Thailand recognised as top global spa & wellness**

destination. TAT Newsroom. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.tatnews.org/2025/06/thailand-recognised-as-top-global-spa-wellness-destination/>

_____. (2568). **Thailand Spa and Wellbeing Awards 2025 honour leaders**

in wellness tourism. TAT Newsroom. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.tatnews.org/2025/09/thailand-spa-and-wellbeing-awards-2025-honour-leaders-in-wellness-tourism/>

ธนิตศักดิ์ ประโลมรัมย์. (2551). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพของบริษัทลำปางรักษสมุนไพรรจังหวัดลำปาง.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ไพโรจน์ สมศรี. (2556) **การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการ สปาในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่น.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.

สิปปศิณี บาเรย์. (2555). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

ศัชฌาย์ ดวงจันทร์ และนริศา คำแก่น. (กันยายน-ธันวาคม 2558). “ความคาดหวังต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม” **วารสารวิจัย มสท.** 11(3) : 27-46.

เพ็ญศรี วรรณสุข. (ธันวาคม 2556). “คุณภาพบริการและกลยุทธ์การตลาดบริการสุขภาพ ที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการของลูกค้า ธุรกิจสปาในประเทศไทย” **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.** 4(1) : 22-33.

Alipour, M., Pour, B. A., & Darbaniha, M. (2018). “The effects of the 7P marketing mix components on sporting goods customer satisfaction.” **International Journal of Business and Management Invention.** 7(1) : 20-26.

- Bitner, M. J. (1990). "Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses." **Journal of Marketing**. 54(2) : 69-82.
- Bitner, M. J. (1992). "Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees." **Journal of Marketing**. 56(2) : 57-71.
- Countryman, C. C., & Jang, S. (2006). "The effects of atmospheric elements on customer impression: The case of hotel lobbies." **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. 18(7) : 534-545.
- Cronbach, L. J. (1969). "Coefficient alpha and the internal structure of tests." **Psychometrika**. 16(3) : 297-334.
- Dortyol, İ. T., Varinli, İ., & Kitapci, O. (2014). "How do international tourists perceive hotel quality? An exploratory study of service quality in Antalya tourism region." **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 26(3) : 470-495.
- Gronroos, C. (2007). **Service management and marketing: Customer management in service competition**. New York : John Wiley & Sons.
- Ho, L.-H., Feng, S.-Y., & Yen, T.-M. (2013). "Integration of Kano's model and SERVQUAL for enhancing standard hotel customer satisfaction." **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**. 3(5) : 569-581.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing Management**. London : Pearson Education.
- Iqbal, M., & Shah, A. B. A. (2016). "The impact of customer satisfaction on customer loyalty: Mediating role of customer trust." **Journal of Business Management and Economic Studies**. 1(1) : 1-15.
- Karunaratne, W. M. K. K., & Jayawardena, L. N. A. C. (2010). "Assessment of customer satisfaction in a five star hotel – A case study." **Tropical Agricultural Research**. 21(3) : 258-265.
- Kline, R. B. (2005). **Principles and practice of structural equation modeling**. New York : The Guilford Press
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). **Services marketing: People, technology, strategy**. Singapore : World Scientific Publishing Company.
- Markovic, S., & Raspor Jankovic, S. (2013). "Exploring the relationship between service quality and customer satisfaction in Croatian hotel industry." **Tourism and Hospitality Management**. 19(2): 149-164.
- Oliver, R. L. (1997). **Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer**. New York : McGraw-Hill.
- 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.

- Quang, N. H. (2017). "Effect of Factors Marketing Mix (4P's) on Customer Satisfaction and Loyalty to Airline in Air Cargo Transport in Vietnam's Market." **International Journal of Current Research**. 9(3): 47736-47742.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). "On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity." **Dutch Journal of Educational Research**. 2 : 49-60.
- Ryu, K., Lee, H.-R., & Kim, W. G. (2012). "The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions." **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. 24(2): 200-223.
- Wahyutari, N. M. D., Sutarma, I. D. G. M., & Antara, M. (2020). "The implementation of marketing mix to increase room sales." **International Journal of Green Tourism Research and Applications**. 2(1): 22-32.
- Verma, S. & Singh, R. (2017). "An experts' opinion survey on understanding the major challenges of convenience food marketing." **International Journal of Recent Scientific Research**. 8(11): 21628-21633.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An introductory analysis (3rd ed.)**. New York: Harper and Row.
- Zeithaml, V. A. (1988). "Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence." **Journal of Marketing**. 52(3): 2-22.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). **Services marketing: Integrating customer focus across the firm**. McGraw-Hill Education.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์:

กรณีศึกษา องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ

Factors Affecting the Use of Generative AI:

A Case Study of the National Science Museum, Thailand

อรุณกมล เพชรคำ^{1,*} และไววิทย์ จันทร์วิเมลิอง²Arongkot Petkham^{1,*} and Waiwit Chanwimalueng²

Received	3 November 2025
Revised	22 November 2025
Accepted	8 December 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ และ 2) ศึกษาปัจจัยตามกรอบแนวคิด UTAUT2 ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ภายในองค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ภายใต้กรอบทฤษฎี UTAUT2 ฉบับปรับปรุง เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 158 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ChatGPT เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมสูงสุด โดยมีการใช้งานเฉลี่ย 2-3 วันต่อสัปดาห์ เพื่อเพิ่มพูนความคิดสร้างสรรค์ และพัฒนาทักษะ อย่างไรก็ตาม พบช่องว่างทางทักษะที่สำคัญ โดยมีเพียงร้อยละ 5.7 ของผู้ใช้นั้นที่มีความเชี่ยวชาญด้าน Prompt Engineering ขั้นสูง ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณชี้ว่ามีเพียงสองปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ความเคยชิน ($\beta = 0.325, p < 0.001$) และ อิทธิพลทางสังคม ($\beta = 0.148, p = 0.047$) โดยความเคยชินเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด สะท้อนว่า ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ได้ถูกผนวกเป็นส่วนหนึ่งของกิจวัตรการทำงานแล้ว มิใช่เพียงการทดลองใช้ นอกจากนี้ความตั้งใจใช้งานยังส่งผลบวกอย่างสูงต่อการใช้งานจริง ($\beta = 0.591, p < 0.001$) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติคือ ควรส่งเสริมการสร้างพฤติกรรมการทำงานที่เป็นกิจวัตรขององค์การ และพัฒนาธรรมาภิบาล AI เพื่อการใช้งานอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์, การยอมรับเทคโนโลยี, ความเคยชินขององค์การ, อิทธิพลทางสังคม, องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมดิจิทัล (ระบบการศึกษาทางไกลทางอินเทอร์เน็ต), วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ, มหาวิทยาลัยรังสิต

¹ M.Sc., Student in Digital Innovation Management (Internet-based Distance Education), College of Digital Innovation Technology, Rangsit University.

* Corresponding author, e-mail : Arongkot.p66@rsu.ac.th

² วส.ด. เทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2561. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สังกัดหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมดิจิทัล (ระบบการศึกษาทางไกลทางอินเทอร์เน็ต) วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยรังสิต

² D.I.S. in Information Technology, Suranaree University of Technology, 2018. Assistant Professor of Master of Science Program in Digital Innovation Management (Internet-based Distance Education) College of Digital Innovation Technology, Rangsit University.

Abstract

This research aimed to 1) study the creative use behavior of artificial intelligence and 2) examine the factors, based on the UTAUT2 framework, that influenced the intention to use creative artificial intelligence within the National Science Museum Organization. A quantitative research methodology was employed, applying the revised UTAUT2 framework to a sample of 158 individuals. Multiple regression analysis was used to analyze the data. The results showed that ChatGPT was the most popular tool, with users averaging 2-3 days per week to enhance creativity and develop skills. However, a significant skills gap was identified, with only 5.7% of users possessing advanced Prompt Engineering expertise. Multiple regression analysis revealed that only two factors significantly positively influenced the intention to use: habit ($\beta = 0.325$, $p < 0.001$) and social influence ($\beta = 0.148$, $p = 0.047$). Habit was the most influential factor, suggesting that creative artificial intelligence has been integrated into daily work routines rather than merely experimented with. Furthermore, intention to use AI had a highly positive impact on actual use ($\beta = 0.591$, $p < 0.001$). Practical recommendations include promoting the establishment of routine organizational work habits and developing AI governance for sustainable use.

Keywords: Generative Artificial Intelligence, Technology Acceptance, Organizational Habit, Social Influence, National Science Museum Thailand

บทนำ

ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ (Generative Artificial Intelligence: Generative AI) เป็นเทคโนโลยีที่ต่อยอดจากการเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) และโมเดลภาษาขนาดใหญ่ (Large Language Models: LLMs) ซึ่งสามารถเข้าใจและสร้างเนื้อหาที่หลากหลายได้ เช่น ข้อความ ภาพและเสียง ได้อย่างใกล้เคียงมนุษย์และเป็นธรรมชาติ Generative AI จึงกลายเป็นเทคโนโลยีสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความคิดสร้างสรรค์ในภาคอุตสาหกรรม (สิริทิพย์ ฉลอง. ออนไลน์. 2561; นิธิภัทร์ ดันติเจริญวิวัฒน์. 2566)

ตามรายงานของ Boston Consulting Group, The Network, The Stepstone Group, และ Jobsdb by SEEK (ออนไลน์. 2567) พบว่ามีการใช้ Generative AI ในประเทศไทยเติบโตอย่างชัดเจนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2566 โดยร้อยละ 62 ของผู้ปฏิบัติงานเริ่มนำ Generative AI มาช่วยในงานประจำ โดยเฉพาะด้านไอที การตลาด และครีเอทีฟ อย่างไรก็ตามจากข้อมูลของ LexisNexis (Online. 2024) ยังพบช่องว่างทางทักษะ (Skill gap) และข้อจำกัดด้านการเขียนคำสั่ง (Prompt engineering) รวมถึงความกังวลด้านความถูกต้องของข้อมูล และผลกระทบต่ออาชีพ

ในด้านธรรมาภิบาล หน่วยงานกำกับดูแลในประเทศไทย เช่น สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ได้เน้นย้ำการใช้ Generative AI อย่างมีความรับผิดชอบ โดยผู้ใช้งานควรตระหนักถึงความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนบุคคล จริยธรรม และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนา “ทักษะการใช้งาน” ควบคู่กับ “ธรรมาภิบาล AI” (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. ออนไลน์. 2567) และองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (อพพช.) จัดเป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจส่งเสริมความรู้ทางวิทยาศาสตร์แก่สังคม

ผ่านนิทรรศการ การผลิตสื่อการเรียนรู้ และการจัดกิจกรรมเพื่อสื่อสารวิทยาศาสตร์ โดยเริ่มนำ Generative AI มาประยุกต์ใช้ ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพและนวัตกรรมการทำงานของบุคลากร

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยด้านการยอมรับ Generative AI ในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นภาคธุรกิจและการศึกษา ขณะที่บริบทของ “องค์การภาครัฐด้านวิทยาศาสตร์และการสื่อสารสาธารณะระดับชาติ” ยังมีการศึกษาอย่างจำกัด โดยเฉพาะประเด็นการเปลี่ยนผ่านจากการทดลองใช้ (Trial phase) สู่ “ความเคยชินในการทำงานขององค์การ (Organizational habit)” อีกทั้งการนำ Generative AI เข้าสู่องค์กรยังเผชิญความท้าทายด้านทักษะความเข้าใจเทคโนโลยี ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และกรอบธรรมาภิบาลที่เหมาะสม

งานวิจัยนี้เลือกใช้กรอบแนวคิด UTAUT2 เนื่องจากมีความเหมาะสมในการอธิบายพลวัตของ Generative AI ได้ดีกว่าทฤษฎีอื่น โดยมีจุดเด่นที่ตัวแปร “ความเคยชิน (Habit)” ซึ่งช่วยขยายขอบเขตการศึกษาจากความตั้งใจสู่พฤติกรรมการใช้งานที่ฝังลึก อีกทั้งยังผนวก “แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic motivation)” และ “มูลค่าราคา (Price value)” ซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของ Generative AI ที่ผู้ใช้มักเริ่มต้นจากความสนใจและความคุ้มค่าส่วนบุคคล ก่อนพัฒนาสู่การประยุกต์ใช้ในองค์กร

ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยต่าง ๆ ว่าส่งผลอย่างไรต่อแรงจูงใจและความตั้งใจ และท้ายที่สุด ปัจจัยเหล่านี้แปรเปลี่ยนเป็น “ความเคยชิน” ในการใช้งานจริงได้อย่างไรภายใต้อิทธิพลของสังคมการทำงาน การเข้าใจปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการออกแบบนโยบายและแนวทางปฏิบัติ เพื่อเปลี่ยนผ่านองค์การจากการเป็นเพียงผู้ใช้งานทั่วไป สู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมที่มีการใช้ปัญญาประดิษฐ์อย่างแท้จริงและยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาปัจจัยตามกรอบแนวคิด UTAUT2 ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน (Intention to Use) Generative AI
2. วิเคราะห์อิทธิพลของความตั้งใจใช้งาน (Intention to Use) ต่อพฤติกรรมการใช้งานจริง (Use behavior) ของ Generative AI
3. เสนอแนวทางเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ เพื่อส่งเสริมการใช้งาน Generative AI อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในบริบทขององค์การภาครัฐ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลการวิจัยช่วยขยายการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด UTAUT2 ในบริบทขององค์การภาครัฐ โดยชี้ให้เห็นบทบาทสำคัญของ ความเคยชินขององค์การ และอิทธิพลทางสังคมต่อการยอมรับและการใช้งาน Generative AI
2. หน่วยงานสามารถนำผลการวิจัยไปใช้วางแผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร เพื่อส่งเสริมความคุ้นชินในการใช้ Generative AI อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เชิงนโยบาย: ผลการศึกษาเป็นแนวทางในการจัดทำนโยบาย AI Governance เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีอย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืนในองค์การภาครัฐ

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อได้เป็นแนวทางในการประกอบงานวิจัย มีดังนี้

1. นิยามและแนวคิดของ Generative AI

ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) หมายถึง เทคโนโลยีที่สามารถจำลองกระบวนการคิด การเรียนรู้ และการตัดสินใจของมนุษย์ โดยอาศัยแบบจำลองทางคณิตศาสตร์และอัลกอริทึมเพื่อให้เครื่องจักรสามารถเรียนรู้จากข้อมูลและพัฒนาความสามารถได้ด้วยตนเอง (Russell and Norvig. 2022) AI ถูกนำมาใช้ในหลายสาขา เช่น การวิเคราะห์ข้อมูล การบริการลูกค้า การแพทย์ การศึกษา และการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการตัดสินใจ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. ออนไลน์. 2567)

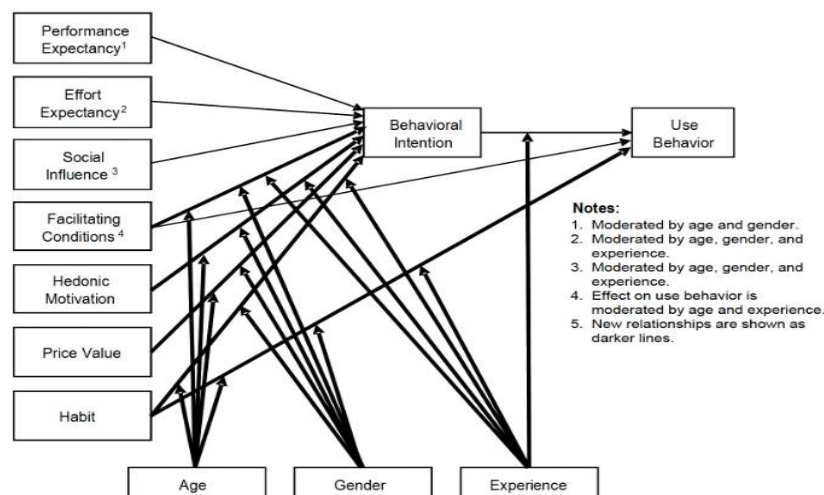
ในปัจจุบันได้เกิดเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์รูปแบบใหม่ที่เรียกว่า ปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ (Generative Artificial Intelligence: Generative AI) ซึ่งมีความสามารถในการ “สร้างข้อมูลใหม่” ที่สมจริงจากข้อมูลเดิม เช่น การสร้างข้อความ ภาพ เสียง หรือวิดีโอ โดยอาศัยการเรียนรู้เชิงลึก (Deep Learning) และโมเดลภาษาขนาดใหญ่ (Large Language Models: LLMs) ตัวอย่างเทคโนโลยี Generative AI ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ได้แก่ (1) ChatGPT ของ OpenAI ซึ่งใช้โมเดล GPT สามารถสร้างข้อความใกล้เคียงมนุษย์ เปิดตัวครั้งแรกในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2565 และได้รับการสนับสนุนจาก Microsoft (Hetler. Online. 2023) (2) Google Gemini AI ของ Google ซึ่งเปิดตัวในงาน Google I/O 2023 รองรับข้อมูลหลายรูปแบบ ทั้งข้อความ เสียง ภาพ และวิดีโอ และทำงานร่วมกับบริการต่าง ๆ ของ Google เช่น Gmail และ YouTube (Mediathailand. ออนไลน์. 2567) และ (3) Microsoft copilot ของ Microsoft ที่ทำงานร่วมกับชุดโปรแกรม Microsoft 365 เช่น Word, Excel และ PowerPoint เป็นผู้ช่วยอัจฉริยะที่สร้างเนื้อหา วิเคราะห์ข้อมูล และให้คำแนะนำอัตโนมัติ (อาชคมิ โขสุซึน แอนด์ คอนซัลแทนท์. ออนไลน์. 2568)

เทคโนโลยี Generative AI จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพและนวัตกรรมในกระบวนการทำงานของบุคลากรในองค์กร ทั้งในด้านการสร้างสรรค์เนื้อหา การคิดวิเคราะห์ และการตัดสินใจ อย่างไรก็ตาม การนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้จำเป็นต้องคำนึงถึงประเด็นด้านจริยธรรม ความถูกต้องของข้อมูล และธรรมาภิบาล AI (AI Governance) เพื่อให้การใช้งานเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรและสังคมโดยรวม (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. ออนไลน์. 2567)

จากการทบทวนแนวคิดดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงนำนิยามของ Generative AI มากำหนดเป็นขอบเขตของเทคโนโลยีที่ศึกษา โดยมุ่งเน้นเครื่องมือที่บุคลากรสามารถเข้าถึงได้และสอดคล้องกับภารกิจด้านการสื่อสาร วิทยาศาสตร์ โดยแนวคิดเรื่องความสามารถของ AI ในการสร้างเนื้อหาใหม่ จะถูกนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดระดับ “พฤติกรรมการใช้งานจริง (Use behavior)” และประเมิน “วัตถุประสงค์ในการใช้งาน” ว่าบุคลากรได้นำศักยภาพของ AI มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตามภารกิจองค์กรได้มากน้อยเพียงใด

2. แนวคิด/ทฤษฎีแบบจำลอง UTAUT2

ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีฉบับปรับปรุง (UTAUT2) (Venkatesh, Thong and Xu. 2012) เป็นการพัฒนาย่อยจากแบบจำลอง UTAUT เดิม (Venkatesh, et al. 2003) ซึ่งมุ่งอธิบายพฤติกรรมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภค โดยขยายขอบเขตให้เหมาะสมกับบริบทของการใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน ผ่านการเพิ่มตัวแปรสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic motivation) มูลค่าราคา (Price value) และ ความเคยชิน (Habit) ส่งผลให้แบบจำลองประกอบด้วยปัจจัยหลัก 7 ตัว ที่ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) ความง่ายในการใช้งาน (Effort expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social influence) สภาวะเอื้ออำนวย (Facilitating conditions) แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic motivation) มูลค่าราคา (Price value) และความเคยชิน (Habit) โดยมีตัวแปรกำกับ (Moderators) ได้แก่ เพศ อายุ และประสบการณ์ ซึ่งมีผลต่อความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยกับความตั้งใจใช้เทคโนโลยี ผลการทดสอบเชิงประจักษ์ของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) ระบุว่าแบบจำลอง UTAUT2 สามารถเพิ่มความสามารถในการอธิบายความตั้งใจใช้เทคโนโลยีได้จาก 56% เป็น 74% และเพิ่มการอธิบายพฤติกรรมการใช้งานจริงจาก 40% เป็น 52%



ภาพที่ 1 แบบจำลองทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี UTAUT2

ที่มา: Venkatesh, Thong and Xu, 2012. p.160

ทฤษฎี UTAUT2 จึงเป็นกรอบแนวคิดที่มีความเหมาะสมในการศึกษาพฤติกรรมการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยี โดยเฉพาะในบริบทของผู้บริโภคหรือบุคลากรที่มีการปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง และสามารถประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายการนำเทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ เข้ามาใช้องค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพ (นิธิภัทร์ ดันติเจริญวิวัฒน์. 2566)

3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Sanchez-Holgado และ Arcila-Calderon (2024) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ปัญญาประดิษฐ์ และข้อมูลขนาดใหญ่ของประชาชนชาวสเปน โดยใช้แบบจำลอง UTAUT กับกลุ่มตัวอย่าง 684 คน ผลการวิเคราะห์

ด้วย PLS-SEM พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) และ เจตนาในการใช้ (Behavioral intention) เป็นปัจจัยสำคัญต่อการยอมรับการใช้ AI ขณะที่ ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านเจตนาในการใช้

Wang and Zhang (2023) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ Generative AI ในการออกแบบเชิงศิลปะของกลุ่ม Generation Z ชาวจีน โดยใช้แบบจำลอง UTAUT2 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SEM จากกลุ่มตัวอย่าง 326 คน ผลการวิจัยพบว่า ความง่ายในการใช้งาน (Effort expectancy) มูลค่าราคา (Price value) และ แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic motivation) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ Generative AI ขณะที่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นิธิภัทร์ ดันติเจริญวิวัฒน์ (2566) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งาน ChatGPT ของนักพัฒนาซอฟต์แวร์จำนวน 170 คน ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic motivation) สภาวะเอื้ออำนวย (Facilitating conditions) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) และ ความง่ายในการใช้งาน (Effort expectancy) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน ChatGPT และ ความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use) ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้งานจริงของผู้พัฒนา อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างเหล่านี้มีความเชี่ยวชาญเทคโนโลยีสูง ซึ่งอาจไม่สะท้อนพฤติกรรมของบุคลากรภาครัฐ ที่ต้องคำนึงถึงระเบียบ ความถูกต้องของข้อมูล และความคุ้มค่าในมุมมองของการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

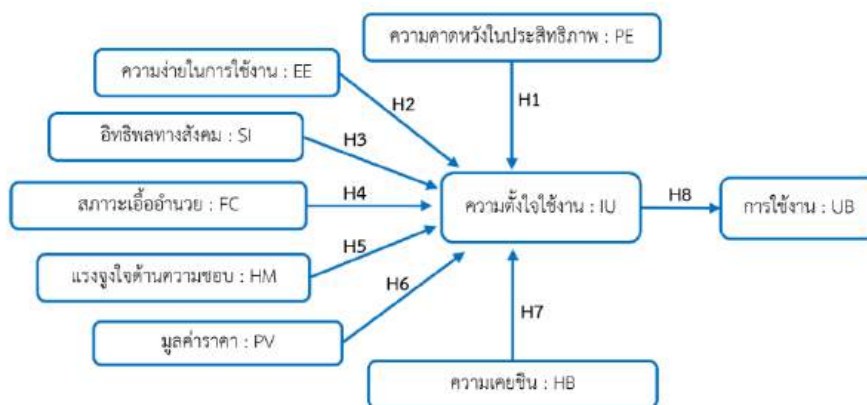
ธาดาธิเบศร์ ภูทอง และนันทมน มั่งสูงเนิน (2560) ศึกษาการยอมรับบริการสุขภาพผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้สูงอายุในกรุงเทพฯ โดยใช้แบบจำลอง UTAUT กับกลุ่มตัวอย่าง 146 คน ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) และ อิทธิพลทางสังคม (Social influence) ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งาน ขณะที่การต่อต้านการเปลี่ยนแปลง (Resistance to change) มีอิทธิพลเชิงลบ และ ความง่ายในการใช้งาน (Effort expectancy) กับ ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี (Technology anxiety) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ การศึกษานี้ได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในระดับ ผู้สูงอายุ ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านสังคมมีผลสูง แต่บริบทดังกล่าวเป็นการใช้งานเพื่อชีวิตส่วนตัว แตกต่างจากการใช้งานในบริบทการทำงานในองค์กรที่มีเป้าหมายด้านผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก

จากการทบทวนงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ พบว่าการประยุกต์ใช้แบบจำลอง UTAUT และ UTAUT2 เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีมีความหลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นบริบทภาคเอกชนและภาคการศึกษา ขณะที่การศึกษาในองค์กรภาครัฐ โดยเฉพาะองค์การด้านวิทยาศาสตร์และการสื่อสารสาธารณะ ยังมีจำกัด อีกทั้งประเด็นเรื่องความเคยชินขององค์กร (Organizational habit) และ ธรรมาภิบาล AI (AI Governance) ยังไม่ได้รับการศึกษาอย่างลึกซึ้ง งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยใช้แบบจำลอง UTAUT2 เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งาน Generative AI ของบุคลากรองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่คาดว่าจะมีผลต่อการใช้งาน Generative AI จึงได้ใช้ทฤษฎีรวมว่าด้วยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีฉบับปรับปรุง ฉบับที่ 2 (UTAUT2) อ้างอิงในการพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย และตั้งสมมติฐานดังนี้ ความ

คาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy: PE) (H1), ความง่ายในการใช้งาน (Effort Expectancy: EE) (H2), อิทธิพลทางสังคม (Social Influence: SI) (H3), สภาวะเอื้ออำนวย (Facilitating Conditions: FC) (H4), แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation: HM) (H5), มูลค่าราคา (Price Value: PV) (H6), ความเคยชิน (Habit: HB) (H7), ความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use: IU) (H8) ส่งผลต่อการใช้งาน (Use Behavior: UB) Generative AI และกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยที่มีตัวแปรอิสระคือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม สภาวะเอื้ออำนวย แรงจูงใจจากความชอบส่วนบุคคล มูลค่าราคา ความเคยชิน มีความตั้งใจใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน และการใช้งานเป็นตัวแปรตาม ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ผู้วิจัยนาระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือ คือแบบสอบถามลักษณะเชิงสำรวจ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ โดยมีขอบเขตในการดำเนินการศึกษาค้นคว้าดังต่อไปนี้

1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกใช้ การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) เนื่องจากต้องการผู้ตอบที่มีประสบการณ์ในการใช้ Generative AI จริงในงานประจำ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้สะท้อนพฤติกรรมการใช้งานในบริบทขององค์การอย่างแท้จริง ด้วยการคัดเลือกเฉพาะผู้ที่ใช้งาน Generative AI จากบุคลากรขององค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พบว่ามีผู้ใช้งาน Generative AI ทั้งสิ้น 158 คน

2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ข้อมูลมาจากการเก็บข้อมูลของบุคลากรขององค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน โดยเป็นคำถามในลักษณะเลือกตอบจากรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน ประกอบด้วย Generative AI ที่ใช้งานบ่อยที่สุด ความถี่ในการใช้งาน Generative AI ระยะเวลาที่ใช้งาน Generative AI และวัตถุประสงค์ในการใช้งาน ความเข้าใจด้าน Prompt โดยเป็นคำถามในลักษณะเลือกตอบจากรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งาน Generative AI เครื่องมือที่ใช้วัดแบบสอบถามในส่วนนี้คือ มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ

3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเพื่อหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการ วิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence: IOC) โดยขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และนวัตกรรมดิจิทัล ด้านระเบียบวิธีวิจัยและสถิติ จำนวน 3 คน เป็นผู้พิจารณาให้คะแนนในการตรวจสอบข้อคำถาม ส่วนข้อคำถามที่ไม่ผ่านเกณฑ์ ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงหรือเปลี่ยนคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ทุกคำถามผ่านค่า IOC ก่อนนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามทำการทดสอบ (Pilot test) กับกลุ่มทดสอบจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's α) ผลการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของชุดข้อมูลแบบสอบถามได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.908 สรุปได้ว่าแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรงของข้อมูลอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด คือสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ 0.70

4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามออนไลน์ให้กับบุคลากรองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ 1 กันยายน 2568 ถึง 30 ตุลาคม 2568

5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และพฤติกรรมการใช้งาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ (Frequency distribution) และค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนที่ 3 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential statistics) มุ่งเน้นการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากร โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบสมมติฐานเบื้องต้นของการวิเคราะห์ถดถอย พบว่าข้อมูลมีการแจกแจงใกล้เคียงปกติ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าน้อยกว่า 5.00 และค่า Tolerance มากกว่า 0.20 แสดงว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นพหุ (Multicollinearity) ข้อมูลจึงมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานปัญญาประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษา องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.5 ร้อยละ 45.6 เป็นเพศชาย และ ไม่ระบุเพศร้อยละ 1.9 ส่วนอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 14-50 ปี และน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมา คือ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนตำแหน่งงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานอยู่ระดับปฏิบัติการ รองลงมา คือ ระดับชำนาญการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน ประกอบด้วย Generative AI ที่ใช้งานบ่อยที่สุด ความถี่ในการใช้งาน Generative AI ระยะเวลาที่ใช้ Generative AI และวัตถุประสงค์ในการใช้งาน ความเข้าใจด้าน Prompt พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งาน ChatGPT มากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 ความถี่ในการใช้งาน ส่วนใหญ่ใช้ สัปดาห์ละ 2-3 วัน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 ระยะเวลาการใช้งาน ต่อวัน ส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 50 สำหรับวัตถุประสงค์ในการใช้งาน ส่วนใหญ่ใช้งานเพื่อช่วยพัฒนาแนวคิด ทักษะ หรือความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 58.86 ในด้านความเข้าใจเกี่ยวกับ Prompt ส่วนใหญ่พอทราบว่า Prompt คืออะไร จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 เมื่อพิจารณาความเข้าใจหลักการการเขียน Prompt พบว่าส่วนใหญ่เข้าใจในระดับหนึ่ง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 51 ในส่วนของการรู้จักเทคนิค Prompt พบว่าส่วนใหญ่เคยได้ยินแต่ยังไม่เข้าใจการใช้งาน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 45

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งาน Generative AI เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ในส่วนนี้คือแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคำถามปัจจัยแต่ละด้าน

ปัจจัยที่ศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE)	4.07	0.63	เห็นด้วย
2. ความง่ายในการใช้งาน (EE)	4.06	0.69	เห็นด้วย
3. อิทธิพลทางสังคม (SI)	3.75	0.85	เห็นด้วย
4. สภาวะเอื้ออำนวย (FC)	3.82	0.71	เห็นด้วย
5. แรงจูงใจด้านความชอบ (HM)	4.24	0.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
6. มูลค่าราคา (PV)	3.66	0.80	เห็นด้วย
7. ความเคยชิน (HB)	3.54	0.89	เห็นด้วย
8. ความตั้งใจใช้งาน (IU)	3.95	0.70	เห็นด้วย
9. การใช้งาน (UB)	4.17	0.65	เห็นด้วย

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมในเชิงบวกต่อการใช้งาน โดยเฉพาะแรงจูงใจด้านความชอบ ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.65) ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการใช้งาน ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.65) สะท้อนการมองว่า Generative AI มีประโยชน์อย่างแท้จริงในการทำงาน ขณะที่ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ

($\bar{X}$ = 4.07, S.D. = 0.63) และความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X}$ = 4.06, S.D. = 0.69) มีคะแนนความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยในลำดับที่รองลงมา แสดงถึงการเข้าถึงง่ายและไม่ซับซ้อนในการเรียนรู้ ด้านความตั้งใจใช้งาน ($\bar{X}$ = 3.95, S.D. = 0.70) มีระดับคะแนนเห็นด้วยค่อนข้างสูง แสดงว่าผู้ใช้มีแนวโน้มตั้งใจจะใช้งานต่อไปในอนาคต ขณะที่อิทธิพลทางสังคมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X}$ = 3.75, S.D. = 0.85) ซึ่งให้เห็นว่าการยอมรับการใช้ Generative AI ยังขึ้นอยู่กับความนิยม และคำแนะนำจากบุคคลอื่นในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ในด้านมูลค่างาน ($\bar{X}$ = 3.66, S.D. = 0.80) ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วยว่า มูลค่างานของ Generative AI มีความคุ้มค่าและเหมาะสมทั้งในแง่ราคา ความสมารถที่ได้รับ และความเพียงพอของบริการพื้นฐาน

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานและค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งาน Generative AI ต่อทั้งความตั้งใจในการใช้งาน (IU) และการใช้งาน (UB) ซึ่งได้แบ่งกลุ่มการวิจัยเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

การทดสอบสมมติฐานกลุ่มที่ 1 ปัจจัย 7 ด้าน คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) ความง่ายในการใช้งาน (EE) อิทธิพลทางสังคม (SI) สภาวะเอื้ออำนวย (FC) แรงจูงใจด้านความชอบ (HM) มูลค่างาน (PV) และความเคยชิน (HB) ส่งผลต่อ ความตั้งใจใช้งาน (IU) Generative AI ดังแสดงในตารางที่ 2

การทดสอบสมมติฐานกลุ่มที่ 2 ความตั้งใจใช้งาน (IU) ส่งผลต่อการใช้งาน (UB) Generative AI ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน Generative AI กลุ่มที่ 1

กลุ่มที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจ ในการใช้งาน (IU)	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	β		
1. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE)	0.162	0.093	0.146	1.746	0.083
2. ความง่ายในการใช้งาน (EE)	-0.056	0.076	-0.054	-0.741	0.460
3. อิทธิพลทางสังคม (SI)	0.136	0.068	0.148	2.006	0.047*
4. สภาวะเอื้ออำนวย (FC)	0.114	0.077	0.111	1.470	0.144
5. แรงจูงใจด้านความชอบ (HM)	0.159	0.087	0.165	1.827	0.07
6. มูลค่างาน (PV)	0.023	0.07	0.027	0.329	0.743
7. ความเคยชิน (HB)	0.238	0.056	0.325	4.246	<0.001*

R = 0.669 R Square = 0.448 Adjusted R Square = 0.422 Std. Error of the Estimate = 0.4159
F = 17.369 Sig. < 0.001

a Dependent Variable: ความตั้งใจใช้งาน (IU) *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p < 0.05$

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณชี้ว่ามีเพียงสองปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ความเคยชิน (β = 0.325, $p < 0.001$) และ อิทธิพลทางสังคม (β = 0.148, $p = 0.047$) จึงยอมรับสมมติฐานในกลุ่มที่ 1 เพียง 2 ปัจจัยดังกล่าวเท่านั้น และปฏิเสธสมมติฐานอีก 5 ปัจจัยที่เหลือ นอกจากนี้ตารางที่ 2 ยังแสดงการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใน

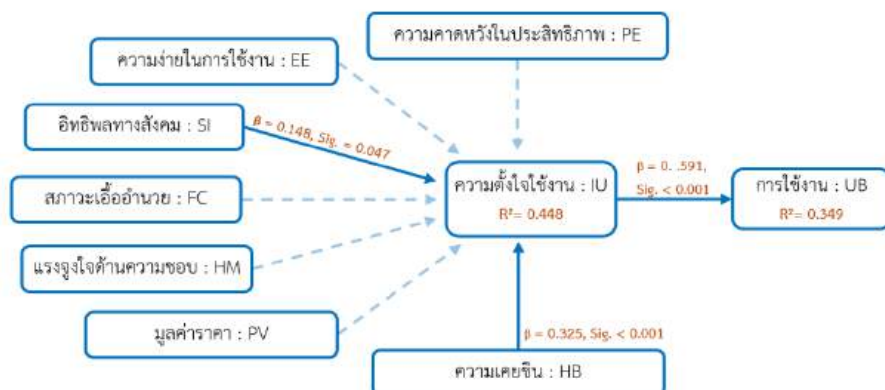
การใช้งาน Generative AI ของ กลุ่มที่ 1 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น (R) เป็น 0.669 แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกที่ค่อนข้างสูง ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดกับความตั้งใจใช้งาน และจากค่า R Square 0.448 หมายถึงปัจจัยทั้ง 7 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้งาน Generative AI ได้ร้อยละ 44.8 ค่า Adjusted R Square เป็น 0.422 หลังปรับค่าแล้ว โมเดลยังคงอธิบายได้ร้อยละ 42.2 ซึ่งถือว่าดี และในส่วนของค่า Sig. < 0.001 แสดงว่าโมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติสามารถใช้งานได้ สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านความเคยชิน ($\beta = 0.325$, Sig. < 0.001) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ($\beta = 0.148$, Sig. = 0.047)

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งาน Generative AI กลุ่มที่ 2

กลุ่มที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งาน (UB)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	β		
ความตั้งใจในการใช้งาน (IU)	0.530	0.058	0.591	9.144	<0.001*
R = 0.591 R Square = 0.349 Adjusted R Square = 0.345 Std. Error of the Estimate = 0.39750					
F = 83.613 Sig. < 0.001					

a Dependent Variable: การใช้งาน (UB) *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p < 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งาน Generative AI ของกลุ่มที่ 2 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น (R) เป็น 0.591 แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกที่ค่อนข้างสูง ระหว่างความตั้งใจใช้งาน (IU) กับการใช้งาน (UB) และจากค่า R Square 0.448 หมายถึงปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งานสามารถร่วมกันพยากรณ์การใช้งาน Generative AI ได้ร้อยละ 34.9 ค่า Adjusted R Square เป็น 0.345 หลังปรับค่าแล้ว โมเดลยังคงอธิบายได้ และในส่วนของค่า Sig. < 0.001 แสดงว่าโมเดลถดถอยโดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติสามารถใช้งานได้ และปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งานส่งผลต่อการใช้งาน ($\beta = 0.591$, Sig. < 0.001)



ภาพที่ 3 กรอบผลการวิเคราะห์สมการเชิงสาเหตุของการใช้งาน Generative AI

จากภาพที่ 3 กรอบผลการวิเคราะห์สมการเชิงสาเหตุของการใช้งาน Generative AI ตัวแปรที่มีอิทธิพลสำคัญต่อความตั้งใจใช้งานคือ อิทธิพลทางสังคม ($\beta = 0.148$, $R^2 = 0.448$, Sig. = 0.047) และความเคยชิน ($\beta = 0.325$, $R^2 = 0.448$, Sig. < 0.001) โดยความตั้งใจใช้งาน ($\beta = 0.591$, $R^2 = 0.349$, Sig. < 0.001) เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อ “การใช้งานจริง” อย่างชัดเจน แสดงว่าการได้รับแรงสนับสนุนหรือคำแนะนำจากคนรอบข้าง รวมถึงผู้ที่มีความคุ้นเคยหรือเคยใช้งานบ่อยจะมีแนวโน้มส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน โดยที่มีความตั้งใจใช้งานเป็นตัวทำนายสำคัญของพฤติกรรมการใช้งานจริง

อภิปรายผลการวิจัย

1. อภิปรายผลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน Generative AI

ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ความเคยชิน (HB) เป็นปัจจัยที่ส่งอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งาน (IU) Generative AI มากที่สุด ($\beta = 0.325$) ซึ่งสะท้อนว่าการยอมรับเทคโนโลยีในองค์กรได้ก้าวพ้นจากช่วงการทดลองใช้ หรือ ความแปลกใหม่ไปสู่ช่วงของการใช้งานจริงในชีวิตการทำงานประจำวันแล้ว การที่บุคลากรใช้ Generative AI ในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การสร้างสรรค์เนื้อหา การวางแผนโครงการ หรือการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้เครื่องมือนี้กลายเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำงานโดยอัตโนมัติ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ความเคยชิน ทำหน้าที่เป็นตัวแปรสำคัญที่เปลี่ยนการ “ยอมรับเทคโนโลยี” ให้กลายเป็น “พฤติกรรมที่ฝังอยู่ในระบบการทำงานจริง” ของบุคลากรในองค์กร ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิภัทร์ ต้นติเจริญวิวัฒน์ (2566) ที่บอกว่าการใช้ Generative AI ในชีวิตประจำวันจนกลายเป็นเรื่องปกติ หรือเป็นนิสัย โดยที่ไม่ต้องผ่านการคิดหรือตัดสินใจ จนทำให้เกิดความเคยชินซึ่งไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน

ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (SI) มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งาน (IU) Generative AI ซึ่งสะท้อนลักษณะเฉพาะขององค์การด้านวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมอย่าง องค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ที่ยังอยู่ในระยะเริ่มต้นของการนำเทคโนโลยี Generative AI มาใช้ การที่ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าบุคลากรยังคงให้ความสำคัญกับ “การยอมรับทางสังคม” จากเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา หรือผู้เชี่ยวชาญในองค์กร การที่มีผู้ใช้ต้นแบบ (Internal champions) ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จจากการใช้ Generative AI ในงานจริง จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้อื่นยอมรับและใช้งานตาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธาตธิเบศร์ ภูทอง และนันทมน มั่งสูงเนิน (2560) ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของอิทธิพลทางสังคมว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี

2. อภิปรายผลปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน

ผลการวิเคราะห์ที่น่าสนใจคือ การปฏิเสธสมมติฐานของปัจจัยหลักในกรอบแนวคิด UTAUT2 ถึง 5 ตัว ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) ความง่ายในการใช้งาน (EE) สภาวะเอื้ออำนวย (FC) แรงจูงใจด้านความชอบ (HM) และมูลค่าราคา (PV) ซึ่งสะท้อนว่าบางปัจจัยที่มักมีความสำคัญในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีทั่วไป อาจมีอิทธิพลลดลงในบริบทของผู้เชี่ยวชาญและองค์กรที่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีสูง

ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) และความง่ายในการใช้งาน (EE) แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับสูง ($\bar{X} = 4.07$ และ $\bar{X} = 4.06$) แต่ผลการทดสอบกลับไม่พบอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน (IU) อย่างมีนัยสำคัญ ปรากฏการณ์นี้อาจเกิดจากการที่เทคโนโลยี Generative AI มีประสิทธิภาพและความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับสูงเป็นมาตรฐานอยู่แล้วสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรดินทร์ สร้อยแก้ว (2566)

และงานวิจัยของ Wang and Zhang (2023) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยทั้งสองอาจเปลี่ยนสถานะจาก “แรงจูงใจ” (Motivator) ไปเป็น “ปัจจัยพื้นฐาน” (Hygiene factor) ที่ผู้ใช้คาดหวังว่าควรมีอยู่แล้ว จึงไม่ก่อให้เกิดแรงผลักดันเพิ่มเติมต่อการใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ด้านแรงจูงใจด้านความชอบ (HM) และบริบทขององค์การ แม้จะมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.24$) แต่ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน (IU) ในเชิงสถิติ (Sig. = 0.070) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ในบริบทขององค์การด้านวิทยาศาสตร์ เช่น ความสนุกหรือความพึงพอใจจากการใช้เทคโนโลยีเป็นเพียงแรงกระตุ้นเบื้องต้นเท่านั้น ไม่ได้เป็นตัวผลักดันสำคัญต่อการใช้งานในระยะยาว บุคลากรในองค์การลักษณะนี้มักให้ความสำคัญกับประโยชน์เชิงวิชาการ ความถูกต้อง และผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมมากกว่าความเพลิดเพลินส่วนตัว ดังนั้นการใช้งาน Generative AI ต่อเนื่องจึงต้องอาศัยการสร้าง “ความเคยชิน” และ “การบูรณาการเข้ากับงานจริง” มากกว่าการพึ่งพาแรงจูงใจเชิงอารมณ์

ด้านสถานะเอื้ออำนวย (FC) และมูลค่าราคา (PV) การที่สถานะเอื้ออำนวย (FC) ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน (IU) สะท้อนว่า องค์การมีโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่พร้อมอยู่แล้ว ทั้งระบบเครือข่าย อุปกรณ์ และแหล่งสนับสนุนทางเทคนิค ทำให้ผู้ใช้ไม่รู้สึกว่าเป็นอุปสรรคหรือแรงจูงใจเพิ่มเติมในการใช้งาน Generative AI

ด้านมูลค่าราคา (PV) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.66$) ในกลุ่ม 5 ปัจจัยที่ปฏิเสธสมมติฐาน บ่งชี้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ Generative AI ในรูปฟรี และเห็นว่าความสามารถที่มีอยู่เพียงพอต่อความต้องการ ความคุ้มค่าด้านราคาในมุมมองของผู้ใช้จึงยังไม่เป็นแรงผลักดันสำคัญในการใช้งานต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิภัทร ตันติเจริญวิวัฒน์ (2566) ที่มองว่าการนำ Generative AI ประยุกต์ใช้กับงานที่มีความสำคัญมากและมีมูลค่าที่สูง ทำให้มองข้ามเหตุผลด้านราคา หรือผู้ใช้งานมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพื่อใช้งานในระดับพรีเมียมมากขึ้น เพื่อให้สามารถใช้งานได้ครบถ้วนทุกฟังก์ชันมากกว่า

3. อภิปรายผลความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจใช้งานและการใช้งาน

ผลการวิจัยพบว่า ความตั้งใจใช้งาน (IU) มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้งาน (UB) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน ($\beta = 0.591$) สอดคล้องกับกรอบแนวคิด UTAUT2 และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิภัทร ตันติเจริญวิวัฒน์ (2566) ที่ระบุว่าความตั้งใจเป็นตัวแปรสำคัญในการคาดการณ์พฤติกรรมการใช้งานจริงของเทคโนโลยีในบริบทขององค์การ ผลลัพธ์นี้ชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมให้บุคลากรมี “ความตั้งใจใช้งานที่เข้มแข็ง” ผ่านการสร้าง ความเคยชิน การฝึกอบรม และการนำไปใช้ในงานจริง-ทั้งนี้ผลการวิจัยยังสะท้อนนัยสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ว่า ความยั่งยืนทางดิจิทัลขององค์การภาครัฐมิได้เกิดจากการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการเปลี่ยนผ่านสู่ “วัฒนธรรมดิจิทัล” ที่ฝังลึกเป็น “ความเคยชินขององค์การ (Organizational habit)” โดยใช้กลไก “อิทธิพลทางสังคม” ผ่านการสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับในระดับปฏิบัติการ แทนการสั่งการจากบนลงล่างเพียงอย่างเดียว ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะเชิงลึกเพื่อยกระดับคุณค่าสาธารณะ (Public value) อันจะนำไปสู่การบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับภารกิจหลักได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

งานวิจัยนี้ได้ขยายการประยุกต์ใช้ทฤษฎี UTAUT2 ให้ครอบคลุมบริบทขององค์การภาครัฐด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมาที่มักเน้นในภาคธุรกิจหรือการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า “ความเคยชิน (Habit)” และ “อิทธิพลทางสังคม (Social influence)” เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน (Intention to use) มากกว่าปัจจัยด้านประสิทธิภาพ (Performance expectancy) หรือความพยายาม (Effort expectancy) ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากแนวคิด Technology acceptance ไปสู่แนวคิด Organizational habit formation

ในบริบทภาครัฐ ผลลัพธ์นี้จึงเป็นการต่อยอดกรอบแนวคิด UTAUT2 ให้สามารถอธิบายการยอมรับ Generative AI ได้ในระดับองค์การ (Organizational level) มากกว่าระดับปัจเจกบุคคล (Individual level)

การอภิปรายผลงานวิจัยนี้มุ่งเน้นการตีความผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่ออธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน Generative AI ของบุคลากรในองค์การพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ โดยให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจเหตุผลของผลลัพธ์ทั้งที่ยืนยันและที่ขัดแย้งกับสมมติฐานภายใต้กรอบแนวคิด UTAUT2 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความเคยชิน (Habit) และ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (Social influence) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน Generative AI อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในทฤษฎี UTAUT2 อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติม พบว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจใน Generative AI และการรับรู้ความเสี่ยงอาจเป็นตัวแปรแฝงที่มีบทบาทต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยี การศึกษาในอนาคตควรพิจารณาเพิ่มเติมปัจจัยดังกล่าว เพื่อให้เข้าใจแรงจูงใจเชิงจิตวิทยาและการบริหารความเสี่ยงของผู้ใช้งานในองค์การอย่างครอบคลุมมากขึ้น

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 ผลวิจัยชี้ว่า อิทธิพลทางสังคม เป็นปัจจัยหลักต่อความตั้งใจใช้งาน สะท้อนว่าบุคลากรตัดสินใจรับเทคโนโลยีจากการเห็นแบบอย่างและการยอมรับจากสังคมรอบข้าง ข้อเสนอแนะจึงควรเน้นการสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change agents) ในระดับปฏิบัติการเพื่อสร้างอิทธิพลเชิงบวกต่อเพื่อนร่วมงาน ควบคู่กับการที่ผู้บริหารแสดงบทบาทเป็นแบบอย่างผ่านการใช้งานจริง เพื่อส่งสัญญาณ (Signaling) การยอมรับและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่บุคลากรในองค์การ

1.2 การวิจัยนี้พบว่า ความเคยชิน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด การจะทำให้ AI ยั่งยืนได้ ต้องเปลี่ยนจากการ “ทดลองใช้” ให้เป็น “กิจวัตร” ควรบูรณาการเข้ากับกิจวัตรการทำงาน โดยบูรณาการ AI เข้าไปในแพลตฟอร์มการทำงานที่ใช้ประจำอยู่แล้ว เช่น การใช้ Copilot ในชุดโปรแกรม Microsoft 365 เพื่อลดแรงต้านในการเปลี่ยนพฤติกรรมและสนับสนุนการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ วิธีนี้จะช่วยลดแรงเสียดทานและสร้างความเคยชินได้เร็วที่สุด รวมไปถึงการพัฒนาทักษะทางด้าน Prompt engineering การฝึกอบรมควรเน้นการปฏิบัติในการใช้เทคนิคการ Prompt และดำเนินการด้านโครงสร้างการกำกับดูแล AI ขององค์การภาครัฐ (AI governance) เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถควบคุมผลลัพธ์ให้มีความแม่นยำสูงขึ้น ซึ่งจะช่วยเสริมความเชื่อมั่นในความคาดหวังในประสิทธิภาพที่ปัจจุบันถูกปฏิเสธสมมติฐาน

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

งานวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มตัวแปรด้าน ความไว้วางใจใน Generative AI และ การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived risk) เพื่อทำความเข้าใจผลกระทบของปัจจัยทางจิตวิทยาต่อความตั้งใจใช้งาน Generative AI ให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ควรศึกษาบทบาทของ การสนับสนุนจากองค์กร (Organizational support) ซึ่งสะท้อนนโยบาย การอบรม และโครงสร้างการกำกับดูแล AI ขององค์การภาครัฐ (AI governance) ว่ามีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีเพียงใด รวมไปถึงควรใช้การวิจัยเชิงผสม (Mixed methods) โดยใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้เข้าใจแรงจูงใจและความกังวลของผู้ใช้งาน Generative AI อย่างรอบด้าน

รายการอ้างอิง

- ฉัตรบดีนทร์ สร้อยแก้ว. (2566). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งาน Chatbot หมอหนึ่เพื่อประชาชน**. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการแปรรูปธุรกิจทางดิจิทัล วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธาดาทิเบศร์ ภูทอง และนันทมน มั่งสูงเนิน. (กันยายน-ธันวาคม 2560). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการสุขภาพผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้สูงอายุ.” *วารสาร Veridian E-Journal, Silpakorn University สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*. 10(3) : 548-566.
- นิธิภัทร์ ดันติเจริญวิวัฒน์. (2566). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งาน ChatGPT ของกลุ่มนักพัฒนาซอฟต์แวร์**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการทางธุรกิจ โครงการหลักสูตรปริญญาโทออนไลน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิริทิพย์ ฉลอง. (2561). **AI นวัตกรรมใหม่กับธุรกิจธนาคาร**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.gsb.or.th/gsbresearch/published-works/909/>. [5 กุมภาพันธ์ 2568].
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2567). **ETDA ร่วมกับ สวทช. เปิดผลศึกษาความพร้อมในการประยุกต์ใช้ AI ปี 2567**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://www.etda.or.th/th/pr-news/AI_SurveyxETDA.aspx. [5 กุมภาพันธ์ 2568].
- อาชคมี โซลูชั่น แอนด์ คอนซัลแทนท์. (2568). **วันนี้เรามาทำความรู้จักกับ “Microsoft Copilot” กันหน่อยดีกว่า**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.askme.co.th/article/microsoft-copilot/>. [5 กรกฎาคม 2568].
- Boston Consulting Group, The Network, The Stepstone Group, และ Jobsdb by SEEK. (2567). **ถอดรหัสผู้หางานจากทั่วโลกประจำปี 2567 การทำงานที่เปลี่ยนไปในยุค AI**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://ap-southeast-2-seek-apac.graphassets.com/AEzBCRO50TYyqbV6XzRDQz/tFmfuQtScGuua4Yccbe3>. [23 กุมภาพันธ์ 2567].
- Hetler, A. (2023). **What is ChatGPT?**. [Online]. Available : <https://www.techtarget.com/whatis/definition/ChatGPT>. [7 February 2024].
- LexisNexis. (2024). **First Things First: How You Can Overcome Top 8 Challenges of Generative AI**. [Online]. Available : <https://www.lexisnexis.com/>. [5 July 2025].
- Mediathailand. (2567). **Google Gemini อีกหนึ่ง AI ที่น่าใช้ของ Google**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.mediathailand.org/2024/07/google-gemini-ai-google.html>. [5 กรกฎาคม 2568].
- Russell, S., & Norvig, P. (2022). **Artificial Intelligence A Modern Approach**. 4th ed. Harrow : Pearson Education Limited.
- Sanchez-Holgado, P., & Arcila-Calderon, C. (2024). “Adoption and use factors of artificial intelligence and big data by citizens.” *Communication & Society*. 37(2) : 227-246.
- Venkatesh, V., et al. (September 2003). “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.” *MIS Quarterly*. 27(3) : 425-478.

- Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (March 2012). "Consumer Acceptance and use of Information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology." **MIS Quarterly**. 36(1) : 157-178.
- Wang, Y., & Zhang, W. (December 2023). "Factors Influencing the Adoption of Generative AI for Art Designing Among Chinese Generation Z: A Structural Equation Modeling Approach." **IEEE Access**. 11 : 143272-143284.

การออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์:
กรณีศึกษา ชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง
Web Application Design and Development for Online Curry Paste
Business: A Case Study of Ban Sai Luang Community,
Khuan Khanun District, Phatthalung Province.

พัชรี ทิพย์ประชา^{1,*}, ศศิกมล มากไช², ชัยนันท์ ปัญญาวุธโส³ และ นวพล เทพนรินทร์⁴
Patcharee Tippracha^{1,*}, Sasikamon Makkhai², Chainun Panyawutso³
and Nawaphol Thepnarin⁴

Received 3 November 2025
Revised 22 November 2025
Accepted 8 December 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบ พัฒนา และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานของเว็บแอปพลิเคชัน ธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ของชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการเว็บแอปพลิเคชัน จำนวน 22 คน และ 2) กลุ่มผู้ดูแลระบบ ได้แก่ เจ้าของธุรกิจและผู้ดูแลเว็บแอปพลิเคชัน จำนวน 2 คน เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาระบบ ประกอบด้วยโปรแกรม MySQL, Xampp และภาษาคอมพิวเตอร์ ได้แก่ PHP, HTML และ CSS รวมถึงแนวคิด

¹ วท.ม. การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2548. อาจารย์ สังกัดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

¹ M.Sc. Management of Information Technology, Prince of Songkla University, 2005. Lecturer of Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya.

* Corresponding author, e-mail: Patcharee.ti@rmuts.ac.th

² บธ.บ. ระบบสารสนเทศธุรกิจดิจิทัล, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 2567

² B.B.A. Digital Business Information Systems, Rajamangala University of Technology Srivijaya, 2024.

³ วท.ม. การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2550. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สังกัดคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

³ M.Sc. Management of Information Technology, Walailak University, 2007. Asst. Prof. of Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya.

⁴ วท.ม. การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2558. อาจารย์ สังกัดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

⁴ M.Sc. Management of Information Technology, Prince of Songkla University, 2015. Lecturer of Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya.

การพัฒนาระบบตามวงจรการพัฒนา (System Development Life Cycle: SDLC) และฐานข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า เว็บแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในส่วนของกลุ่มผู้ใช้บริการเว็บแอปพลิเคชันและผู้ดูแลระบบ โดยผลการประเมินความพึงพอใจผู้ใช้บริการเว็บแอปพลิเคชันอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะด้านการใช้งานผ่านอุปกรณ์พกพา เช่น โทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$) รองลงมาคือ ด้านความสะดวกในการค้นหาสินค้า ($\bar{X} = 4.86$) ส่วนด้านความสวยงามของหน้าเว็บแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$) สำหรับผู้ดูแลระบบพบว่า มีความพึงพอใจสูงสุดในด้านความสะดวกในการตรวจสอบสถานะการชำระเงิน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) รองลงมาคือ ด้านความสะดวกในการเพิ่มแก้ไข และลบสินค้า ($\bar{X} = 4.64$) และต่ำสุดคือ ด้านความยืดหยุ่นในการจัดการโปรโมชั่นและส่วนลด ($\bar{X} = 4.36$) ดังนั้น สรุปผลการวิจัย พบว่า เว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเว็บแอปพลิเคชันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมต่อการนำไปใช้งานจริง และสามารถประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบสำหรับการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อสนับสนุนธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ได้ในอนาคต

คำสำคัญ: เว็บแอปพลิเคชัน, ธุรกิจออนไลน์, เครื่องแกงใต้, การพัฒนาระบบ

Abstract

This research aimed to design, develop, and evaluate user satisfaction with an online curry paste business web application for the Ban Sai Luang community, Khuan Khanun District, Phatthalung Province. A purposive sampling method was employed, consisting of two participant groups: (1) 22 users of the web application and (2) two system administrators, including the business owner and the web application administrator. The system was developed using MySQL, Xampp, and programming languages such as PHP, HTML, and CSS, following the System Development Life Cycle (SDLC) and database design principles. The study found that the developed web application effectively meets the needs of both end users and system administrators. User satisfaction with the web application was rated highest, particularly for mobile device usability ($\bar{X} = 4.91$), followed by product search convenience ($\bar{X} = 4.86$). The interface's aesthetic design received the lowest mean score ($\bar{X} = 4.64$). For system administrators, the highest satisfaction concerned the convenience of verifying payment status ($\bar{X} = 4.68$), followed by the ease of adding, editing, and deleting products ($\bar{X} = 4.64$). The lowest rating was related to the flexibility in managing promotions and discounts ($\bar{X} = 4.36$). In conclusion, the developed web application for the online curry paste business effectively met user requirements, demonstrated practical suitability, and has potential as a prototype for developing similar applications to support other community-based enterprises in the future.

Keywords: Web Application, Online Business, Southern Curry Paste, System Development

บทนำ

ในอดีตการซื้อขายสินค้าในชุมชนและธุรกิจต่าง ๆ มักดำเนินการในรูปแบบดั้งเดิม เช่น ตลาดนัด ร้านค้าปลีก หรือการพบปะกันโดยตรง ซึ่งมีข้อจำกัดทั้งด้านเวลา สถานที่และจำนวนลูกค้าที่สามารถเข้าถึงได้ (วัฒนาพร วัฒนชัยธรรม. 2557) อย่างไรก็ตาม เมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทอย่างกว้างขวาง การซื้อขายจึงเปลี่ยนไปสู่ระบบออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมมากขึ้น (Chen et al. 2022) แอปพลิเคชันขายสินค้าได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า การเปรียบเทียบราคา และการชำระเงินที่รวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดใหญ่ต่างพัฒนาแพลตฟอร์มของตนเอง เพื่อรองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและตอบสนองความต้องการด้านความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าในยุคดิจิทัล (นงนุช ไชยผาสุข. 2568)

ชุมชนบ้านไสหลวงเป็นชุมชนเกษตรกรรมและวิสาหกิจชุมชนดั้งเดิม ที่ยังคงใช้วิธีการขายสินค้าแบบหน้าร้านเป็นหลัก มีธุรกิจเครื่องแกงชุมชนที่มีชื่อเสียงด้านรสชาติและสูตรเฉพาะตัวที่สืบทอดมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย เป็นชุมชนที่มีศักยภาพในการขยายตลาดออนไลน์ แต่ยังไม่ได้ใช้ช่องทางนี้อย่างเต็มที่ สูตรเครื่องแกงท้องถิ่นใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและสูตรดั้งเดิม ชุมชนบ้านไสหลวงเป็นวิสาหกิจขนาดเล็กที่ผลิตโดยครัวเรือนหรือกลุ่มชุมชน ทำให้สินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่าทางวัฒนธรรม คนในชุมชนมีความร่วมมือสูงและเปิดรับการทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ แมื่อยอดขายปัจจุบันจะจำกัดในพื้นที่ชุมชน แต่สินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับตลาดออนไลน์ อย่างไรก็ตามธุรกิจเครื่องแกงชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง ยังคงพึ่งพาการจำหน่ายในรูปแบบดั้งเดิม เช่น การขายหน้าร้านภายในพื้นที่ชุมชน ซึ่งจำกัดการเข้าถึงลูกค้าใหม่ ส่งผลให้ยอดขายไม่สามารถเติบโตเต็มศักยภาพ และไม่สามารถขยายฐานลูกค้าไปยังพื้นที่อื่นหรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ได้ แม้ว่าสินค้าจะมีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่การขาดช่องทางการจำหน่ายออนไลน์และการใช้เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการขาย ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญของธุรกิจเครื่องแกงชุมชนบ้านไสหลวง (วัฒนาพร วัฒนชัยธรรม. 2557)

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการออกแบบ พัฒนา และศึกษาประสิทธิภาพของเว็บแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ ของชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง เพื่อเป็นช่องทางให้สินค้าเป็นที่รู้จัก มีความน่าสนใจ ทันสมัย และง่ายต่อการใช้งาน อีกทั้งยังสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ สร้างรายได้ และสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ ออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์สำหรับชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บแอปพลิเคชันสำหรับชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้เว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์สำหรับชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง
2. ได้เว็บแอปพลิเคชันสำหรับชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง ที่มีประสิทธิภาพ
3. สร้างความเข้าใจและการนำองค์ความรู้เกี่ยวกับการนำเว็บแอปพลิเคชันเกี่ยวกับธุรกิจออนไลน์มาใช้ในชุมชน

การทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนาช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาคใต้มีความท้าทายหลายด้าน ทั้งข้อจำกัดด้านมาตรฐานสินค้า โครงสร้างพื้นฐานและความสามารถในการเข้าถึงตลาดทั่วไป ซึ่งปรากฏชัดในงานของ จตุพร คงทอง, จิรารัตน์ แก้วจันทร์ และสุริย์พร วุฒิมานพ (2561) พบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงชุมชนไม่สามารถขยายตลาดได้ เนื่องจากขาดมาตรฐานและกลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย แม้งานดังกล่าวเน้นไปที่การวิเคราะห์กลยุทธ์ด้วย SWOT และ TOWS Matrix แต่ได้ชี้ให้เห็นปัญหาฐานที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่สามารถเข้าสู่ตลาดวงกว้างได้ ซึ่งเป็นเหตุผลรองรับความจำเป็นของการสร้างช่องทางออนไลน์ที่ลดข้อจำกัดด้านพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐาน

งานวิจัยของ ประสิทธิ์ รัตนพันธ์, มณีรัตน์ รัตนพันธ์ และจาริณี แซ่ว่อง (2561) สอดคล้องกับข้อค้นพบดังกล่าว โดยชี้ว่า แม้ผู้ประกอบการท้องถิ่นมีจุดแข็งด้านคุณภาพสินค้า แต่ยังประสบปัญหาด้านการตลาด การสร้างแบรนด์ และการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะความไม่หลากหลายของช่องทางการขาย นำไปสู่ข้อเสนอแนะว่าการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ จะเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลการวิจัยนี้จึงตอกย้ำ ความจำเป็นในการออกแบบแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเชื่อมต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนกับผู้บริโภคในวงกว้าง

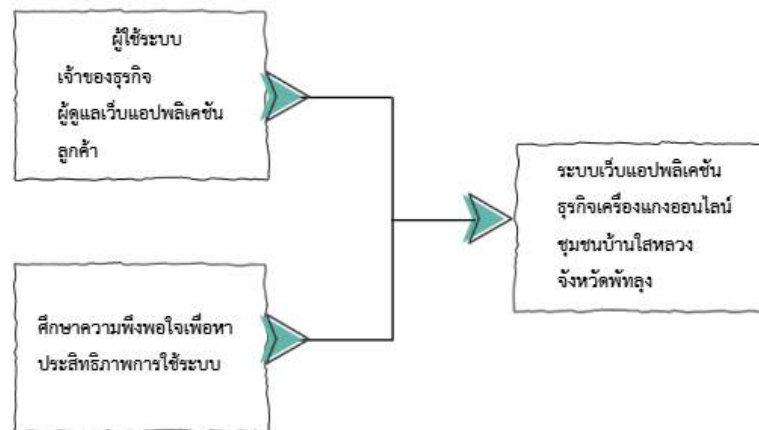
ในมิติด้านการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชัน งานวิจัยของ ฉันทิสา กลิ่นสุคนธ์ และเสาวลักษณ์ พันธบุตร (2567) ให้ข้อมูลที่สนับสนุนแนวคิดการออกแบบระบบตามหลัก User Experience (UX) และ User Interface (UI) โดยพบว่า ผู้ใช้ให้ความสำคัญกับความครบถ้วนของข้อมูล ความง่ายในการอ่าน และการออกแบบที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้ใช้ การค้นพบนี้มีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบในงานวิจัยปัจจุบัน เพราะช่วยขยายแนวคิดว่าการสร้างช่องทางออนไลน์ไม่เพียงเกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่าย แต่ต้องคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งาน และรูปแบบการนำเสนอที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้

การวิจัยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เช่น งานวิจัยของ วรรณนิสา เกาพันธ์ และคณะ (2567) ที่พัฒนาสูตรแกงไตปลาแห้งเพื่อให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับ แม้จะเน้นด้านกระบวนการผลิต แต่สะท้อนมิติสำคัญที่เชื่อมโยงกับการทำตลาดออนไลน์ คือ สินค้าชุมชนต้องมีคุณภาพที่เหมาะสมและเชื่อถือได้ก่อนที่จะนำเสนอในช่องทางดิจิทัล การวิจัยนี้จึงมีส่วนช่วยสนับสนุนว่า การพัฒนาระบบออนไลน์จะต้องดำเนินควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

เมื่อสังเคราะห์ภาพรวมจากงานวิจัยที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนมุ่งชี้ปัญหาเชิงโครงสร้างและช่องทางการตลาด 2) ด้านช่องทางจัดจำหน่ายชี้ว่าช่องทางออนไลน์เป็นความจำเป็นเร่งด่วน 3) ด้านออกแบบระบบและ UX/UI ให้หลักการสำคัญที่ต้องนำไปพัฒนาระบบ และ 4) ด้านคุณภาพสินค้าเป็นฐานความพร้อมสู่ตลาดดิจิทัล

ดังนั้น การออกแบบ พัฒนาและประเมินความพึงพอใจเว็บไซต์แอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ในงานวิจัยนี้ จึงเป็นผลลัพธ์ของการประสานองค์ความรู้จากหลายสาขา ทั้งด้านธุรกิจชุมชน กลยุทธ์การตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศและการออกแบบที่เน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง เพื่อสร้างแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคอย่างแท้จริง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

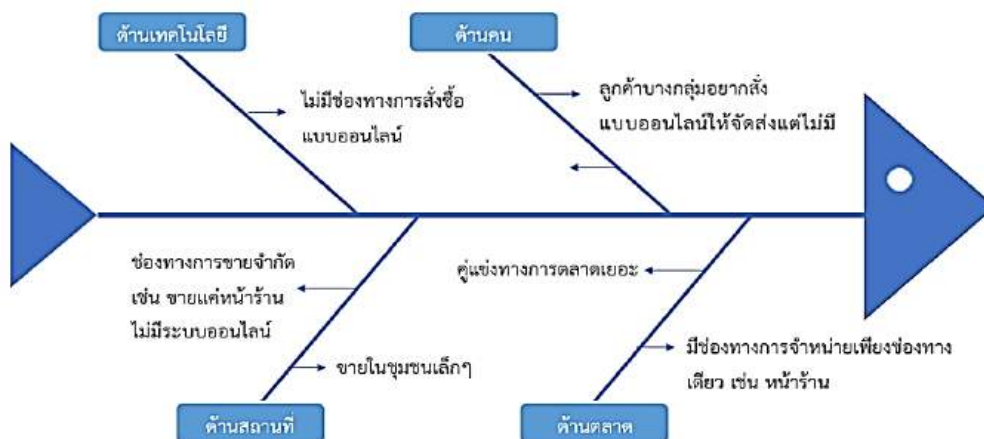
ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบ พัฒนาและศึกษาประสิทธิภาพของเว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ของชุมชนบ้านไสหลวง เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด และขยายการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของชุมชนสู่กลุ่มผู้บริโภคได้อย่างกว้างมากยิ่งขึ้น การดำเนินงานแบ่งออกเป็นขั้นตอนที่เป็นระบบ โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดตามขั้นตอนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. การกำหนดปัญหา

ร้านเครื่องแกงชุมชนบ้านไสหลวง ยังคงพึ่งพาการขายสินค้าผ่านตลาดนัดหรือหน้าร้านในพื้นที่ชุมชนบ้านไสหลวง ซึ่งมีข้อจำกัดในด้านจำนวนลูกค้า ระยะทางและเวลา ส่งผลให้รายได้ของชุมชนไม่เติบโตเท่าที่ควร แม้สินค้ามีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ก็ไม่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ที่อยู่นอกพื้นที่ได้ การขาดความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและขาดแพลตฟอร์มที่ใช้งานง่าย ยังเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเข้าสู่ตลาดออนไลน์ เทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ต จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะการซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านไสหลวง ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และมีช่องทางการจำหน่ายที่จำกัด ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความจำเป็นในการสร้างเว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ ไม่เพียงแต่เพิ่มช่องทางการตลาด และยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สะดวกต่อการเข้าถึง และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล อีกทั้งเพื่อส่งเสริมรายได้ของชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืน และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ในระดับที่กว้างขวางยิ่งขึ้น



ภาพที่ 2 แผนภูมิแก๊งปลากำหนดปัญหา

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

2. สถานะของปัญหาและวิธีการศึกษา

เนื่องจากกลุ่มธุรกิจชุมชนเครื่องแกงบ้านไสหลวง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง เป็นการขายสินค้าผ่านร้านขายของชำและมีการบอกต่อสื่อสารเพียงทางเดียว ยังไม่มีเว็บไซต์แอปพลิเคชัน จึงทำให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลของร้านค้าและการสั่งซื้อยังไม่สะดวกต่อผู้บริโภคและเจ้าของกิจการ การให้บริการ การซื้อสินค้ายังไม่สามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้เสียรายได้ในช่วงเวลาที่เจ้าของกิจการไม่สามารถให้บริการได้ คณะผู้วิจัยจึงได้ออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์แอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกง เพื่อให้การทำงานสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง จึงใช้วิธีการศึกษาค้นคว้าการพัฒนาระบบเว็บไซต์แอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ของชุมชนบ้านไสหลวง (System Development Life Cycle: SDLC) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ระบบใช้งานได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถบำรุงรักษาได้ง่าย (เกียรติพงษ์ อดมณธีระ. 2562) โดยมี 6 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวางแผนระบบ (Systems planning) กำหนดปัญหา วัตถุประสงค์ และขอบเขตของระบบ 2) การวิเคราะห์ระบบ (Systems analysis) ศึกษาความต้องการของผู้ใช้และกระบวนการทำงานที่มีอยู่ 3) การออกแบบระบบ (Systems design) กำหนดโครงสร้าง วิธีการทำงาน หน้าจอ รายงาน และฐานข้อมูล 4) การพัฒนาระบบ (Systems development) การเขียนโปรแกรม พัฒนาและทดสอบระบบ 5) การติดตั้งและการดำเนินงาน (Systems implementation & operation) นำระบบไปใช้งานจริง รวมถึงการอบรมผู้ใช้ และ 6) การบำรุงรักษา (System maintenance) การตรวจสอบ ปรับปรุงและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในระยะยาว

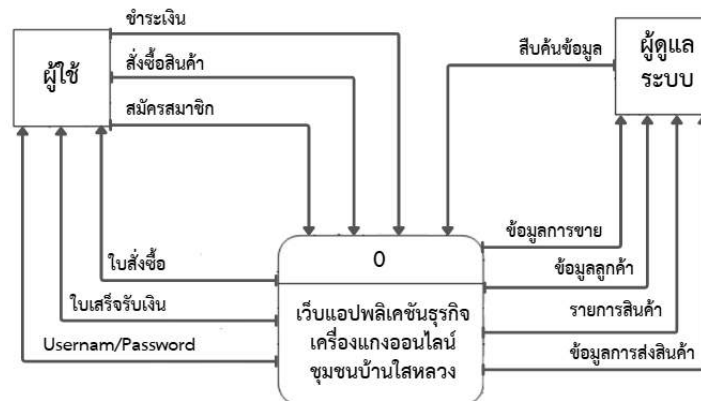
3. การวิเคราะห์และออกแบบระบบ

ผู้ใช้งานเว็บไซต์แอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ชุมชนบ้านไสหลวง ประกอบด้วย หน้าหลัก คือ

1) ส่วนของผู้ใช้งานระบบ (User) และ 2) ส่วนของผู้ดูแลระบบ (Admin)

4. การพัฒนาระบบ

เว็บไซต์แอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ชุมชนบ้านไสหลวง Process hierarchy chart จะทำให้ทราบถึงกระบวนการหลักในระบบ ซึ่งประกอบด้วย 5 กระบวนการหลัก ดังนี้ 1) จัดการข้อมูลลูกค้า 2) แสดงรายการเครื่องแกง 3) สร้างใบสั่งซื้อเครื่องแกง 4) จัดการคำสั่งซื้อ และ 5) ตรวจสอบสถานะและยืนยันการสั่งซื้อ



ภาพที่ 3 แผนภาพกระแสข้อมูลระดับสูง Context diagram

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

5. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ประชากรกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการเว็บแอปพลิเคชัน คือ กลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าเครื่องแกงบ้านไสหลวง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง ที่ใช้แอปพลิเคชันในการซื้อสินค้าเป็นประจำ จำนวน 22 คน และ 2) กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับระบบ คือ เจ้าของธุรกิจเครื่องแกงบ้านไสหลวงและผู้ดูแลเว็บแอปพลิเคชัน จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 24 คน

6. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

6.1 วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) เป็นวิธีการสำคัญที่ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการ ปัญหา ประสบการณ์การใช้งาน และบริบทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้อย่างละเอียด ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal interview) แต่กำหนดกรอบประเด็นคำถาม (Interview guideline) ไว้อย่างชัดเจน เพื่อรักษาคุณภาพข้อมูลและความสอดคล้องของเนื้อหาที่ต้องการศึกษา การสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการเว็บแอปพลิเคชัน และ 2) เจ้าของธุรกิจเครื่องแกงบ้านไสหลวงและผู้ดูแลเว็บแอปพลิเคชัน โดยกำหนดขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

6.1.1 ขั้นตอนการสัมภาษณ์

- ศึกษาบริบทของชุมชนและธุรกิจเครื่องแกงเพื่อจัดทำประเด็นคำถาม
- จัดทำกรอบประเด็นสัมภาษณ์สำหรับทั้งสองกลุ่ม
- นัดหมายผู้ให้ข้อมูลตามช่วงเวลาที่เหมาะสม
- ดำเนินการสัมภาษณ์แบบพบหน้า (Face-to-Face) และจดบันทึกข้อมูล
- ตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นกับผู้ให้สัมภาษณ์ (Validation) เพื่อความถูกต้อง
- สังเคราะห์ประเด็นร่วมและประเด็นเฉพาะตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

6.1.2 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การสัมภาษณ์ดำเนินการเป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์ โดยใช้เวลาประมาณ 20-30 นาทีต่อคน เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างครบถ้วน

6.1.3 ประเด็นการสัมภาษณ์ที่ใช้ศึกษา ประกอบด้วย

- ความต้องการของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการสั่งซื้อและเข้าถึงข้อมูลสินค้า
- ปัญหาในการสื่อสาร การสั่งซื้อ หรือการจัดการข้อมูลสินค้าในปัจจุบัน

- พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต
- ความคาดหวังต่อระบบเว็บแอปพลิเคชัน
- ข้อเสนอแนะสำหรับการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชัน

6.1.4 ความแตกต่างของประเด็นคำถามแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ข้อมูลมีความลึกและเฉพาะกลุ่ม ผู้วิจัยได้ปรับปรุงประเด็นให้เหมาะสม ดังนี้

1) กลุ่มกลุ่มผู้ใช้บริการเว็บแอปพลิเคชัน เน้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ ความสะดวกในการใช้งาน เทคโนโลยี ความคาดหวังต่อช่องทางออนไลน์ และปัญหาที่พบในกระบวนการสั่งซื้อ

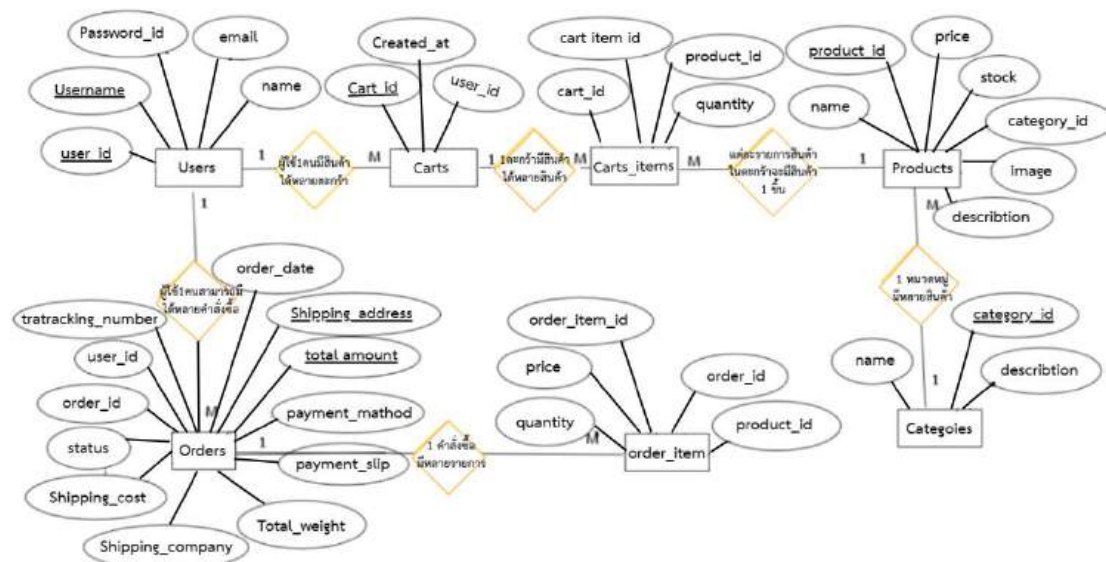
2) กลุ่มเจ้าของธุรกิจเครื่องแกงบ้านไสหลวงและผู้ดูแลเว็บแอปพลิเคชัน เน้นปัญหาด้านการจัดการสินค้า การรับออเดอร์ ระบบการสื่อสารกับลูกค้า และความต้องการฟังก์ชันที่ช่วยสนับสนุนงานขายในชุมชน

6.1.5 จำนวนผู้ให้ข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 24 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้ใช้บริการเว็บแอปพลิเคชัน และเจ้าของธุรกิจเครื่องแกงบ้านไสหลวงและผู้ดูแลเว็บแอปพลิเคชัน

6.2 การสร้างและหาคุณภาพ เครื่องมือ/สิ่งประดิษฐ์ที่ใช้ในการวิจัย

6.2.1 การสร้างเครื่องมือ/สิ่งประดิษฐ์ เว็บแอปพลิเคชันเครื่องแกงออนไลน์ชุมชนบ้านไสหลวง Process Hierarchy Chart ทำให้ทราบถึง 5 กระบวนการหลักในระบบ ดังนี้ กระบวนการที่ 1 จัดการข้อมูลลูกค้า กระบวนการที่ 2 แสดงรายการเครื่องแกง กระบวนการที่ 3 ใบสั่งซื้อเครื่องแกง กระบวนการที่ 4 จัดการคำสั่งซื้อ และ กระบวนการที่ 5 ตรวจสอบสถานะและยืนยันการสั่งซื้อ การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ชุมชนบ้านไสหลวง มีขั้นตอนการออกแบบและพัฒนา ดังนี้

- 1) กำหนดวัตถุประสงค์ของระบบ
- 2) ออกแบบกระบวนการจัดเก็บข้อมูล



ภาพที่ 4 แสดงแผนภาพความสัมพันธ์ข้อมูล (E-R Diagram)

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568

6.3 โปรแกรมที่ใช้ในการพัฒนาระบบ

6.3.1 โปรแกรม Visual studio เป็นตัวแก้ไขโค้ดที่มีความยืดหยุ่นสูง ใช้พัฒนาโปรแกรมได้ทุกประเภทและเหมาะกับนักพัฒนาทุกระดับ (ณัฐพล แสงคำ. 2563)

6.3.2 โปรแกรม Xampp เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับนักพัฒนาเว็บและนักเรียนที่ต้องการสร้างเว็บหรือแอปพลิเคชันทดสอบแบบออฟไลน์ (Cano. 2024)

6.3.3 โปรแกรม MySQL เป็นระบบฐานข้อมูลที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายสำหรับจัดเก็บและจัดการข้อมูลแบบเป็นตาราง สามารถใช้งานร่วมกับเว็บและโปรแกรมต่าง ๆ ได้ง่าย (สมพงษ์ อริสริยวงศ์. 2563)

6.3.4 เครื่องมือ Domain เป็นซอฟต์แวร์หรือเว็บแอปพลิเคชันที่ใช้ในการจัดการ ตรวจสอบ หรือวิเคราะห์โดเมนเนม (Domain name) เพื่อให้เจ้าของเว็บไซต์ นักพัฒนา หรือนักการตลาดสามารถบริหารจัดการและตรวจสอบสถานะของโดเมนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (STOMS. 2013)

6.3.5 ภาษา PHP เป็นภาษาที่นิยมมากสำหรับพัฒนาเว็บไซต์แบบไดนามิกและระบบฐานข้อมูลสามารถทำงานร่วมกับ MySQL ได้อย่างง่ายดาย (กิตติศักดิ์ เจริญโกคานนท์. 2550)

6.3.6 ภาษา HTML เป็นรากฐานของการสร้างเว็บทุกชนิด ทำหน้าที่กำหนดโครงสร้างและเนื้อหาของเว็บเพจก่อนนำไปตกแต่งด้วย CSS และทำให้โต้ตอบได้ด้วย JavaScript/PHP (แอนโธนี คอร์โบ. 2568)

6.3.7 ภาษา CSS เป็นภาษาที่ช่วยให้เว็บไซต์สวยงามและน่าใช้งาน ทำงานร่วมกับ HTML ที่สร้างโครงสร้างและสามารถผสมกับ JavaScript หรือ PHP เพื่อสร้างเว็บไดนามิกเต็มรูปแบบ (กังวาน อัครไชยวสิน. 2553)

6.3.8 การศึกษาวงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC) เพื่อนำเทคโนโลยีมาเป็นปัจจัยร่วมในการพัฒนาระบบหรือเว็บแอปพลิเคชัน เช่น การพัฒนาเว็บไซต์ขายสินค้า การยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือการส่งเสริมการตลาดออนไลน์ มักมีการประยุกต์ใช้วงจร SDLC เพื่อจัดการกระบวนการพัฒนาอย่างเป็นระบบ (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. 2562)

6.3.9 ระบบฐานข้อมูล (Database system) หมายถึง ชุดของฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงและทำงานร่วมกัน โดยฐานข้อมูลแต่ละฐานจะมีความสัมพันธ์กัน เพื่อช่วยให้การจัดเก็บข้อมูลเป็นระบบและลดความซ้ำซ้อนของข้อมูลในองค์กร (จารุกิตต์ สายสิงห์. 2564)

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลและทดสอบใช้ระบบ เดือนธันวาคม 2567 - พฤษภาคม 2568 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยจากผู้ใช้งานเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) วิธีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

7.1 การศึกษาข้อมูลที่ได้จากเอกสาร ได้แก่ หนังสือ วารสาร บทความ ทบทวนวรรณกรรม ตลอดจนเอกสารต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.2 สัมภาษณ์เจ้าของ ผู้ดูแลเว็บแอปพลิเคชัน และลูกค้าที่ซื้อเครื่องแกงบ้านไสหลวง จังหวัดพัทลุง

7.3 แบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจเพื่อหาประสิทธิภาพของเว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงบอนออนไลน์ ชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ดังนี้

5	ระดับความพึงพอใจ	มากที่สุด
4	ระดับความพึงพอใจ	มาก
3	ระดับความพึงพอใจ	ปานกลาง
2	ระดับความพึงพอใจ	น้อย
1	ระดับความพึงพอใจ	น้อยที่สุด

8. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจเพื่อหาประสิทธิภาพการใช้เว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ ชุมชนบ้านไสหลวง จังหวัดพัทลุง ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลิเคิร์ต (Likert scale) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (พิชญาดา พื้นผา. 2566) โดยข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทดลองระบบมาทำการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การอิงเกณฑ์ แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยแปลความหมายตามเกณฑ์คะแนน สำหรับเกณฑ์ในการจำแนกกลุ่มวัดจากคะแนนร้อยละ 80 ของจำนวนทั้งหมดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 ความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด

ระดับค่าเฉลี่ย 3.41–4.20 ความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

ระดับค่าเฉลี่ย 2.61–3.40 ความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง

ระดับค่าเฉลี่ย 1.81–2.60 ความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อย

ระดับค่าเฉลี่ย 1.00–1.80 ความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

9. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยงานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการพรรณนาและข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์เพื่อการวิเคราะห์ ออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์สำหรับชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง มีผลการวิจัย ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจเครื่องแกงบ้านไสหลวง พบว่า ระบบแสดงสินค้าเครื่องแกงพร้อมรายละเอียดและราคา ระบบสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ระบบจัดการข้อมูลสินค้าและคำสั่งซื้อสำหรับผู้ขาย และความต้องการด้านความสะดวก ใช้งานง่าย รองรับอุปกรณ์มือถือ

2. การออกแบบระบบ (System design) ระบบถูกออกแบบตามหลัก UX/UI ประกอบด้วย โครงสร้างหน้าจอ ได้แก่ หน้าแสดงสินค้า หน้าตะกร้าสินค้า หน้าจัดการคำสั่งซื้อ ฐานข้อมูลออกแบบให้รองรับข้อมูลสินค้า คำสั่งซื้อและข้อมูลลูกค้า และการออกแบบผังงาน (Flowchart) และแผนภาพ Use case เพื่อกำหนดขอบเขตการทำงานของระบบ

3. การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน (System development) พัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีเว็บ เช่น HTML, CSS, JavaScript และ PHP/MySQL โดยผลลัพธ์ที่ได้คือ เว็บแอปพลิเคชันสามารถแสดงสินค้าได้อย่างถูกต้อง ผู้ใช้สามารถสั่งซื้อสินค้าและบันทึกคำสั่งซื้อได้ ผู้ดูแลระบบสามารถเพิ่ม แก้ไข ลบรายการสินค้าได้ และระบบรองรับการใช้งานทั้งบนคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ (Responsive)

ผลการวิจัยการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้เป็นหลัก ได้ดำเนินงานดังนี้

หน้าแรกของเว็บแอปพลิเคชันเครื่องแกงชุมชนบ้านไสหลวง สามารถคลิกเพื่อเลือกซื้อสินค้าและดูสินค้าขายดี



ภาพที่ 5 แสดงหน้าแรกใช้งานระบบ

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

หน้าจอเข้าสู่ระบบของลูกค้าที่ต้องการสมัครเป็นสมาชิกสำหรับลูกค้าใหม่ และลูกค้าที่สมัครสมาชิกแล้วสามารถรอกชื่อผู้ใช้ รหัสผ่าน และเข้าสู่ระบบได้



ภาพที่ 6 หน้าจอเข้าสู่ระบบ

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

หน้าจอสำหรับลูกค้าใหม่ที่ต้องการสมัครสมาชิก ลูกค้าสามารถกรอกชื่อผู้ใช้ ชื่อ สกุล อีเมล ที่อยู่ รหัสผ่าน และการยืนยันรหัสผ่านเพื่อสมัครสมาชิกในการรับโปรโมชั่นและส่วนลดของร้าน



ภาพที่ 7 หน้าจอสมัครสมาชิก

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

หน้าจอแสดงสินค้าและราคาทั้งหมด และสามารถคลิกดูรายละเอียดของสินค้า เมื่อเลือกสินค้าแล้วก็สามารถนำสินค้าใส่ในตะกร้า



ภาพที่ 8 หน้าจอแสดงสินค้า

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

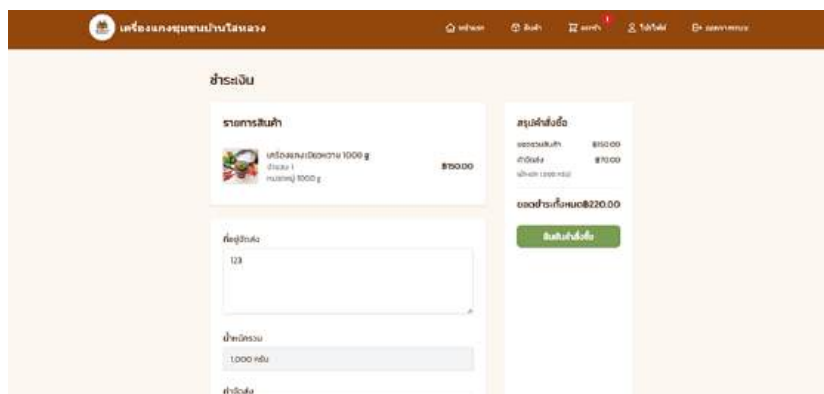
หน้าจอแสดงตะกร้าสินค้าที่เลือกซื้อและระบบรวมราคาสินค้าทั้งหมด และดำเนินการชำระเงิน



ภาพที่ 9 แสดงหน้าจอตะกร้าสินค้า

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

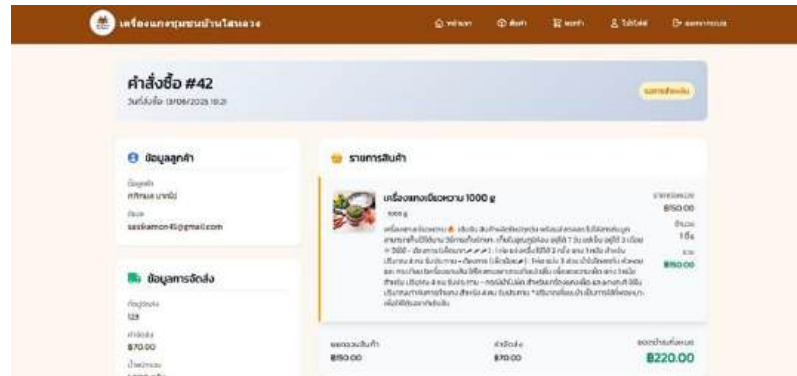
หน้าจอแสดงการชำระเงิน จะแสดงรายการสินค้าที่เลือก ลูกค้าสามารถกรอกที่อยู่จัดส่ง แจ้งน้ำหนักรวมของสินค้าและคิดค่าจัดส่งให้ลูกค้าและสรุปค่าสั่งซื้อ



ภาพที่ 10 หน้าจอชำระเงิน

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

หน้าจอแสดงคำสั่งซื้อสินค้าในหน้าสมาชิก แสดงข้อมูลลูกค้า ข้อมูลการจัดส่ง รายการสินค้า และยอดรวมทั้งหมด



ภาพที่ 11 หน้าจอคำสั่งซื้อ

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บแอปพลิเคชันสำหรับชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง มีผลการวิจัย ดังนี้ ผู้เข้าร่วมประเมินจำนวน 24 คน พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.91) ด้านความสะดวกในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความครบถ้วนของฟังก์ชันการทำงาน อยู่ในระดับมาก และด้านความสวยงามและความเหมาะสมของการออกแบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบประเมิน

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้ใช้บริการเว็บแอปพลิเคชัน	22	91.67
2. เจ้าของธุรกิจเครื่องแกงบ้านไสหลวง	1	4.17
3. ผู้ดูแลเว็บแอปพลิเคชัน	1	4.16
รวม	24	100

จากตารางที่ 1 จากการสุ่มตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ระบบ และตอบแบบสอบถาม จำนวน 24 คน โดยจำแนกประเภท เจ้าของธุรกิจเครื่องแกงบ้านไสหลวง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 ผู้ดูแลเว็บแอปพลิเคชัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.16 และลูกค้าที่ซื้อเครื่องแกงบ้านไสหลวง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 91.67 รวมทั้งสิ้น 24 คน คิดเป็นร้อยละ 100

ผลการแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจเว็บแอปพลิเคชันเพื่อธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ จังหวัดพัทลุง

ตารางที่ 2 ข้อมูลการทดสอบการให้บริการเว็บแอปพลิเคชัน

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การใช้งานผ่านมือถือหรือแท็บเล็ต	4.91	0.29	มากที่สุด
2. ความสะดวกในการค้นหาสินค้า	4.86	0.35	มากที่สุด
3. ความชัดเจนในการแสดงรายการสินค้าและราคา	4.82	0.39	มากที่สุด
4. การสั่งซื้อและชำระเงินที่ง่ายและปลอดภัย	4.77	0.42	มากที่สุด
5. ความง่ายในการเข้าสู่ระบบและการลงทะเบียน	4.73	0.70	มากที่สุด
6. การให้บริการหลังการขาย/ติดต่อสอบถาม	4.73	0.45	มากที่สุด
7. ความรวดเร็วในการโหลดหน้าเว็บแอป	4.68	0.47	มากที่สุด
8. ความน่าเชื่อถือของข้อมูลสินค้า	4.68	0.47	มากที่สุด
9. ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.68	0.47	มากที่สุด
10. ความสวยงามของหน้าตาเว็บแอป	4.64	0.49	มากที่สุด
รวมทั้งสิ้น	4.75	0.45	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการเว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ ชุมชนบ้านไสหลวง (ด้านผู้ใช้งาน) มีความคิดเห็นดังนี้ การใช้งานผ่านมือถือหรือแท็บเล็ตอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความสะดวกในการค้นหาสินค้า ($\bar{X} = 4.86$) อยู่ในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุด คือ ความสวยงามของหน้าตาเว็บแอปพลิเคชัน ($\bar{X} = 4.64$) อยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อระบบเว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ ชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอคอนขุ่น จังหวัดพัทลุง มีดังนี้

ตารางที่ 3 ข้อมูลการทดสอบการใช้ระบบของเจ้าของธุรกิจเครื่องแกงบ้านไสหลวงและผู้ดูแลเว็บแอปพลิเคชัน

รายการประเมิน	$(\bar{X})$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความสะดวกในการตรวจสอบสถานะการชำระเงิน	4.68	0.56	มากที่สุด
2. ความสะดวกในการเพิ่ม/แก้ไข/ลบสินค้า	4.64	0.58	มากที่สุด
3. ความถูกต้องของระบบจัดเก็บค่าสั่งซื้อ	4.64	0.58	มากที่สุด
4. ความรวดเร็วของระบบหลังบ้าน	4.59	0.66	มากที่สุด
5. ความปลอดภัยของข้อมูลผู้ใช้งาน	4.59	0.66	มากที่สุด
6. ความง่ายในการเข้าสู่ระบบผู้ดูแล	4.55	0.67	มากที่สุด
7. ระบบแจ้งเตือนค่าสั่งซื้อใหม่/ข้อความจากลูกค้า	4.55	0.67	มากที่สุด
8. ความสามารถในการรายงานยอดขาย/สถิติ	4.55	0.67	มากที่สุด
9. ความพึงพอใจโดยรวมต่อระบบจัดการผู้ดูแล	4.45	0.67	มาก
10. ความยืดหยุ่นในการจัดการโปรโมชั่น/ส่วนลด	4.36	0.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจต่อเว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ ชุมชนบ้านไสหลวง (ด้านผู้ดูแลระบบ) มีความคิดเห็นดังนี้ ความสะดวกในการตรวจสอบสถานะการชำระเงิน

อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความสะดวกในการเพิ่ม/แก้ไข/ลบสินค้า ($\bar{X} = 4.64$) อยู่ในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุด คือ ความยืดหยุ่นในการจัดการโปรโมชั่น/ส่วนลด ($\bar{X} = 4.36$) อยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการประเมินความพึงพอใจด้านผู้ใช้บริการเว็บแอปพลิเคชัน (User) พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีผลการประเมินที่น่าสนใจ ดังนี้

1. การใช้งานผ่านมือถือหรือแท็บเล็ต อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$) แสดงว่าเว็บแอปพลิเคชันมีความเหมาะสมสูงกับพฤติกรรมของผู้ใช้ในชุมชน ซึ่งมักใช้งานสมาร์ทโฟนเป็นหลัก สะท้อนความสำเร็จของการออกแบบ Responsive design อย่างมีนัยสำคัญว่าระบบจะสามารถขยายการใช้งานไปสู่กลุ่มลูกค้ากว้าง ๆ ได้อย่างไม่ติดขัด

2. ความสะดวกในการค้นหาสินค้า มีค่าเฉลี่ยรองลงมา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.86$) แสดงว่าผู้ใช้สามารถค้นหาสินค้าได้อย่างรวดเร็ว และโครงสร้างข้อมูลมีความชัดเจน บ่งชี้ว่าการจัดหมวดหมู่สินค้าและระบบค้นหามีประสิทธิภาพสูง และความพึงพอใจด้านนี้ยังเชื่อมโยงโดยตรงกับการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

3. ความสวยงามของหน้าเว็บแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.64$) แต่ยังคงอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนว่าผู้ใช้ยังต้องการความสวยงามมากกว่านี้ เช่น การจัดวางภาพสินค้า สี สัน หรือความทันสมัยของ UI แม้จะไม่ใช่อุปสรรค แต่เป็น แนวทางหลักในการพัฒนาต่อยอด เพื่อเพิ่มความดึงดูดใจในอนาคต

ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเจ้าของธุรกิจเครื่องแกงบ้านไสหลวงและผู้ดูแลเว็บแอปพลิเคชัน (Admin) จากการประเมินพบว่า ผู้ดูแลระบบมีระดับความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความสะดวกในการตรวจสอบสถานะการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.68$) อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสะท้อนว่า ฟังก์ชันตรวจสอบการชำระเงินตอบสนองต่อภาระงานของผู้ดูแลระบบได้ดี ช่วยลดเวลาและลดความผิดพลาดจากการตรวจสอบด้วยวิธีเดิม เช่น การเช็คสลิป/รายชื่อด้วยตนเอง และแสดงให้เห็นว่าระบบพัฒนาได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการหลักของผู้ดูแลที่ต้องประมวลผลคำสั่งซื้อจำนวนมาก

2. ความสะดวกในการเพิ่ม/แก้ไข/ลบสินค้า มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ($\bar{X} = 4.64$) อยู่ในระดับมากที่สุด ชี้ให้เห็นว่า ผู้ดูแลสามารถจัดการข้อมูลสินค้าได้ง่าย ไม่ซับซ้อน แสดงถึงความเหมาะสมของ UI/UX ที่ช่วยให้ผู้ดูแลระบบปรับปรุงสินค้าได้รวดเร็ว และมีแนวโน้มว่าผู้ดูแลระบบรู้สึกควบคุมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ความยืดหยุ่นในการจัดการโปรโมชั่น/ส่วนลด แม้จะมีระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) แต่ยังคงอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนว่าแม้ระบบจะรองรับการทำโปรโมชั่น แต่ยังมีข้อจำกัดบางประการ เช่น รูปแบบโปรโมชั่นเฉพาะบางชนิด หรือขั้นตอนที่อาจยังไม่คล่องตัวเท่าที่ควร บ่งบอกถึงโอกาสในการพัฒนาเพิ่มเติม เช่น เพิ่มตัวเลือกส่วนลดที่หลากหลายขึ้น หรือทำให้กระบวนการตั้งค่ารวดเร็วขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการประเมินการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ ชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอคอนขุ่น จังหวัดพิจิตร พบว่า ระบบที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่ได้จากขั้นตอนการวิเคราะห์ระบบอย่างชัดเจน โดยผู้ใช้ให้คะแนนด้านความสะดวกในการใช้งานบนมือถือ ($\bar{X} = 4.91$) และฟังก์ชันตรวจสอบสถานะการชำระเงินของผู้ดูแลระบบ ($\bar{X} = 4.68$) ในระดับสูงสุด แสดงให้เห็นว่ากระบวนการออกแบบและพัฒนาตาม SDLC สามารถสร้างระบบที่ตรงตามปัญหาและความต้องการจริงของผู้ใช้งานในชุมชนบ้านไสหลวง

อย่างไรก็ตาม ฟังก์ชันด้านความสวยงามของเว็บ ($\bar{X} = 4.64$) และความยืดหยุ่นในการจัดการโปรโมชั่น ($\bar{X} = 4.36$) แม้อยู่ในระดับดี แต่ยังมีพื้นที่ที่ควรพัฒนา เช่น การปรับปรุง UI ให้ทันสมัย และเพิ่มรูปแบบโปรโมชั่นที่หลากหลายเพื่อรองรับการใช้งานที่ยืดหยุ่นมากขึ้น สอดคล้องกับข้อค้นพบของ ฉันทิสา กลิ่นสุคนธ์ และ

เสาวลักษณ์ พันธบุตร (2567) ที่ชี้ว่าการออกแบบเนื้อหาและ UI มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บแอปพลิเคชัน และงานของ วรณนิสา เกาพันธ์ และคณะ (2567) ที่เน้นความสำคัญของการจัดแสดงข้อมูลอย่างเป็นระบบ

โดยรวม ผลการประเมินในทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนความสำเร็จของการออกแบบ UX/UI และการจัดโครงสร้างข้อมูลที่เหมาะสม ซึ่งช่วยสนับสนุนการยกระดับธุรกิจชุมชนไปสู่ระบบออนไลน์ สอดคล้องกับงานของ ประสิทธิ์ รัตนพันธ์, มณีรัตน์ รัตนพันธ์ และจาริณี แช่ว่อง (2561) และจตุพร คงทอง, ฐิรารัตน์ แก้วจำนง และสุรีย์พร วุฒิมานพ (2561) ที่ระบุว่าช่องทางออนไลน์ช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดและเสริมศักยภาพธุรกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัญหาและอุปสรรค จากการออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์ ชุมชนบ้านไสหลวง มีปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนา ดังนี้

1. ระบบจัดการโปรโมชั่น/ส่วนลดของผู้ดูแลยังขาดความยืดหยุ่น
2. การออกแบบหน้าเว็บแอปพลิเคชันยังไม่ดึงดูดใจผู้ใช้เพียงพอ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 ระบบสำหรับผู้ดูแล เพิ่มความยืดหยุ่นในการจัดการโปรโมชั่นและส่วนลด พร้อมบูรณาการ AI เพื่อแนะนำโปรโมชั่นอัตโนมัติตามพฤติกรรมผู้ใช้

1.2 ประสพการณ์ผู้ใช้ เพิ่มฟังก์ชันรีวิวลสินค้า ระบบแนะนำสินค้า (Personalization) ระบบติดตามคำสั่งซื้อ และ Chatbot เพื่อช่วยเหลือผู้ใช้

1.3 การส่งเสริมชุมชน จัดอบรมสมาชิกชุมชนในการใช้งานระบบ อัปเดตสินค้าและดูแลระบบเบื้องต้น เพื่อให้บริหารธุรกิจออนไลน์ได้อย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาชุมชนอื่น ๆ ที่มีธุรกิจคล้ายกัน เช่น สินค้า OTOP หรือผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้าน เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพและความเหมาะสมของระบบกับแพลตฟอร์มอื่น ๆ เช่น Shopee และ Lazada

2.2 การพิจารณาแนวทาง Green IT และ Digital sustainability เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีอย่างยั่งยืนในระดับชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “การออกแบบและพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันเพื่อธุรกิจเครื่องแกงออนไลน์: กรณีศึกษา ชุมชนบ้านไสหลวง อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง” ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์และความร่วมมือจากหลายฝ่าย ขอขอบคุณ กลุ่มเครื่องแกงชุมชนบ้านไสหลวง ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในกรณีศึกษาสำหรับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและจำหน่ายเครื่องแกง ตลอดจนให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานระบบจริง ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อความสมบูรณ์ของงานวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้การกำลังใจ และให้ข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณความสำเร็จของงานวิจัยแก่กลุ่มชุมชนเครื่องแกงบ้านไสหลวงที่คอยสนับสนุนและเป็นกำลังใจสำคัญในทุกขั้นตอนของการศึกษาและการทำวิจัยครั้งนี้

รายการอ้างอิง

กั้ววาน อัสวไชยวสิน. (2553). คู่มือการสร้างเว็บไซต์ด้วย HTML5 CSS3 & JavaScript ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : บริษัท โปรวิชั่น จำกัด (มหาชน).

- กิตติศักดิ์ เจริญโกคานนท์. (2550). **คู่มือเรียนเขียนเว็บอีคอมเมิร์ซด้วย PHP 5 (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพมหานคร: ชัคเชสมิเดีย.
- เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2562). **วงจรการพัฒนากระบวนการ (System Development Life Cycle : SDLC)**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://dol.dip.go.th/th>. [11 มกราคม 2568].
- จตุพร คงทอง, จูรารัตน์ แก้วจันทน์ และสุรีย์พร วุฒิมาณพ. (มิถุนายน-กันยายน 2561). “แผนกลยุทธ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์เครื่องแกงชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเครื่องแกงบ้านนาขุน.” **วารสารนาคนุตรปริทรรศน์**. 10 (ฉบับพิเศษ) : 36-47.
- จารุกิตติ์ สายสิงห์. (มกราคม-มิถุนายน 2564). “การพัฒนากระบวนการฐานข้อมูลงานวิจัยแบบสร้างเครือข่ายงานวิจัยมีชีวิต.” **อินฟอร์เมชัน**. 28(1) : 131-151.
- ฉันทิสา กลิ่นสุคนธ์ และเสาวลักษณ์ พันธบุตร. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2567). “การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจอาหารคีโตเจนิค.” **วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย**. 5(2) : 92-106.
- ณัฐนันท์ ศูนย์จันดา. (2560). **การพัฒนากระบวนการข้อมูลศิษย์เก่า คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐพล แสนคำ. (2563). **วิธีการใช้งาน Visual Studio Code**. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://cs.bru.ac.th>. [11 มกราคม 2568].
- นงนุช ไชยผาสุข. (เมษายน-มิถุนายน 2568). “กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดขอนแก่น.” **วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. 15(2) : 247-259.
- ประสิทธิ์ รัตนพันธ์, มณีนรัตน์ รัตนพันธ์ และจาริณี แซ่ว่อง. (ตุลาคม-พฤศจิกายน 2561). “การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารในจังหวัดสงขลา.” **วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน**. 11(4) : 42-51.
- พิชญาดา พันผา. (2566). **สถิติธุรกิจและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วรรณนิสา เกาพันธ์ และคณะ (กันยายน-ธันวาคม 2567). “การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์แกงไตปลาแห้งจากข้าตาแดงของวิสาหกิจชุมชนบ้านเลียบ จังหวัดสงขลา.” **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มจร**. 9(3) : 40-51.
- วัฒนาพร วัฒนชัยธรรม. (กันยายน 2557). การศึกษาผลของการใช้ e-Commerce ในการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น. **Science and Technology Nakhon Sawan Rajabhat University Journal**. 6(6) : 16-24.
- สมพงษ์ อริสริยวงศ์. (2563). **เขียนโปรแกรมบนฐานข้อมูล MySQL**. กรุงเทพมหานคร: SE-ED.
- แอนโธนี คอร์โบ. (2568). **ภาษา HTML**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://builtin.com/software-engineering-perspectives/html>. [17 ธันวาคม 2567].
- Cano, E. (2024). **Mastering XAMPP: A Comprehensive Guide to Managing a Local Server**. Mexico : Edwin Cano.
- Chen, Z. et al. (2022). Beyond virtual bazaar: How social commerce promotes inclusivity for the traditionally underserved community in Chinese developing regions. In **Proceedings of the 2022 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems** (CHI '22) : 1-15.
- STOMS. (2013). **การตั้งชื่อโดเมนเนม (Domain Name) ที่ดี**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://web.stoms.co.th/2013/10/25/domain-name>. [12 พฤศจิกายน 2567].

ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ
ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร
Student Satisfaction with The Service Operations Process
of Maejo University-Chumphon

ณรงค์ โยธิน^{1,*}Narong Yotin^{1,*}

Received 16 October 2025
Revised 21 November 2025
Accepted 8 December 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร และ 2) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร จำแนกตามเพศ สาขาวิชา และชั้นปี กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาชั้นปีที่ 2-4 จำนวน 344 คน เครื่องมือวิจัยแสดงให้เห็นถึงความถูกต้องเชิงเนื้อหา (ดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหาเท่ากับ 0.89) และมีค่าความเชื่อมั่นสูง (ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.93) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และสถิติอ้างอิง (t-test และ One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจพบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจต่างกัน ขณะที่สาขาวิชา และชั้นปีไม่มีความแตกต่าง ผลการวิจัยที่ได้สามารถเสนอแนะแนวทางส่งเสริมการให้บริการ ได้แก่ การพัฒนามาตรฐานงานบริการให้สอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลาย การเสริมทักษะบุคลากรด้านการสื่อสารและการให้บริการเชิงรุก และการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้เอื้อต่อการใช้บริการมากยิ่งขึ้น เพื่อยกระดับประสบการณ์นักศึกษาและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, การปฏิบัติงานด้านการให้บริการ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร

¹ ปรด. รัฐประศาสนศาสตร์, Banasthali University, 2564. นักแนะแนวการศึกษาและอาชีพ ชำนาญการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร

¹ Ph.D. Public Administration, Banasthali University, 2021. Educational and Career Counselor Specialist, Maejo University at Chumphon.

* Corresponding author, e-mail: new_tds72@hotmail.com

Abstract

This research was a quantitative research aimed to 1) examine the level of student satisfaction with services provided by internal university units, and 2) compare satisfaction levels classified by gender, field of study, and year level. The sample consisted of 344 undergraduate students from years 2 to 4. The research instrument demonstrated content validity (Index of Item-Objective Congruence = 0.89) and high reliability (Cronbach's alpha = 0.932). Data were analyzed using descriptive statistics (percentage, mean, and standard deviation) and inferential statistics (t-test and One-way ANOVA).

The findings indicated that students had a high level of satisfaction with the overall and dimensional aspects of service operation processes, with the highest satisfaction reported for facilities and physical environments. Comparative analysis showed significant differences in satisfaction by gender, while no significant differences were found across fields of study or year levels. Based on the research results, recommendations include enhancing service standards to meet diverse student needs, strengthening staff competencies in communication and proactive service delivery, and improving physical environments to enhance service accessibility, thereby elevating the student experience and reinforcing the university's institutional image.

Keywords: Satisfaction, Service Operations Process, Maejo University-Chumphon

บทนำ

ปัจจุบันหน่วยงานต่าง ๆ ในทุกองค์กรได้มีการพัฒนาระบบการทำงานเพื่อปรับตัวให้สอดคล้องและทันต่อยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและการเป็นผู้นำในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะการนำระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญที่ไม่สามารถละเลยได้คือ “การให้บริการ” เพราะการบริการที่ดีหมายถึงการช่วยเหลือ การอำนวยความสะดวก และการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างเหมาะสม หากการบริการมีคุณภาพ ผู้รับบริการจะเกิดความพึงพอใจ ความประทับใจ และความไว้วางใจ ส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กรในระยะยาว มหาวิทยาลัยก็เช่นเดียวกัน เป็นองค์กรที่มีพันธกิจหลัก 4 ประการ ได้แก่ การผลิตบัณฑิต การวิจัย การให้บริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ดังนั้น มหาวิทยาลัยจึงมีบทบาทสำคัญในการให้บริการแก่นักศึกษา” ซึ่งถือเป็นผู้รับบริการหลัก ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ระบบอุดมศึกษาไทยได้เปลี่ยนผ่านจากการเน้น “การผลิตบัณฑิต” ไปสู่ “การสร้างประสบการณ์ผู้เรียน” ซึ่งการให้บริการที่มีคุณภาพถือเป็นหัวใจสำคัญของความสามารถในการแข่งขันของสถาบันอุดมศึกษา (Smith. 2023) โดยเฉพาะในมหาวิทยาลัยภูมิภาคอย่างมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร ซึ่งต้องสร้างความโดดเด่นด้านคุณภาพบริการเพื่อรักษาจำนวนนักศึกษาและสร้างความเชื่อมั่นในระดับท้องถิ่นและประเทศ งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญเชิงวิชาการในการเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการประเมินคุณภาพบริการในบริบทอุดมศึกษาภูมิภาคของไทย และมีความสำคัญเชิงนโยบายในการเป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับการพัฒนาระบบบริการของมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรเปิดสอน 5 หลักสูตร และมีหน่วยงานสนับสนุนหลายด้านที่ทำหน้าที่ให้บริการแก่นักศึกษาโดยตรง เช่น งานพัฒนานักศึกษา งานทะเบียนและวัดผล และงานแนะแนวและสหกิจศึกษา ซึ่งมีภารกิจสำคัญในการให้ข้อมูล คำปรึกษา และอำนวยความสะดวกด้านการเรียนการสอน อย่างไรก็ตาม เจ้าหน้าที่ต้องรับผิดชอบงานที่หลากหลายและรองรับความต้องการของนักศึกษาที่แตกต่างกัน ทำให้บางครั้งการบริการเกิดความล่าช้า คลาดเคลื่อน หรือมีข้อร้องเรียน ส่งผลสะท้อนถึงคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัย (Parasuraman, Zeithaml & Berry. 1985) ตามแนวคิด Expectation-Confirmation Theory (Oliver. 1997) ความพึงพอใจเกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ที่ได้รับจริง ขณะเดียวกันกรอบ SERVQUAL ชี้ว่าคุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความมั่นใจ การเอาใจใส่ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Parasuraman, Zeithaml & Berry. 1985) ปัญหาที่พบบ่งนำไปสู่คำถามสำคัญว่า หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรสามารถให้บริการที่ตอบสนองความคาดหวังของนักศึกษาและสร้างความพึงพอใจได้ในระดับใด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการนักศึกษาของหน่วยงานภายใน มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการนักศึกษาของหน่วยงานภายใน มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร จำแนกตาม เพศ สาขาวิชา และชั้นปี เพื่อระบุปัญหาและช่องว่างของการบริการที่ควรได้รับการปรับปรุง ผลการวิจัยนี้จะเป็นแนวทางเชิงนโยบายในการยกระดับมาตรฐานการบริการนักศึกษาของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร รวมถึงสามารถใช้ในการจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพบริการ และรายงาน SAR เพื่อประเมินคุณภาพภายใน รวมถึงข้อมูลที่ได้สามารถใช้ในการอบรมและพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุน ตลอดจนสร้างนโยบายการบริหารงานบริการแบบยึดผู้ให้บริการเป็นศูนย์กลาง

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร ซึ่งประกอบด้วย หน่วยงานฝ่ายพัฒนานักศึกษา หน่วยงานทะเบียนและวัดผล หน่วยงานฝ่ายแนะแนวและสหกิจศึกษา และหน่วยงานสำนักงานสาขาวิชา
2. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร จำแนกตาม เพศ สาขาวิชา และชั้นปี

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. มหาวิทยาลัยได้รับข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อนำไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการนักศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะการบริการและการจัดการงานได้ตรงตามความต้องการของนักศึกษา
3. นักศึกษาได้รับประโยชน์จากการบริการที่มีคุณภาพ สร้างความพึงพอใจและส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ที่ดียิ่งขึ้น

4. งานวิจัยช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านคุณภาพการบริการในสถาบันอุดมศึกษา และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปเป็นแหล่งอ้างอิงสำหรับนักวิจัยและผู้สนใจที่ต้องการศึกษาต่อยอดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ การจัดการศึกษา และความพึงพอใจของผู้รับบริการในสถาบันอุดมศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม

1. การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความพึงพอใจ

แนวคิดหลักของความพึงพอใจเชื่อว่า ผู้รับบริการจะประเมินประสบการณ์ที่ได้รับผ่านการเปรียบเทียบระหว่าง “สิ่งที่คาดหวัง” กับ “สิ่งที่รับรู้จริง” ซึ่งอธิบายด้วย Expectation-Confirmation Theory (Oliver. 1997) และทฤษฎีของ Armstrong and Kotler (2009) ที่เน้นว่าหากประสบการณ์สูงกว่าความคาดหวัง ผู้รับบริการจะเกิดความปิติยินดี และจะสร้างความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว การประยุกต์แนวคิดนี้ในบริบทอุดมศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาไม่เพียงสะท้อนคุณภาพบริการ แต่ยังมีผลต่อความภักดี การบอกต่อ และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Smith. 2023) จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจเป็น “ตัวชี้คุณภาพบริการตามการรับรู้ของนักศึกษา” โดยมีธรรมชาติเป็นการเปรียบเทียบระหว่างคาดหวังกับประสบการณ์จริง ดังนั้นมหาวิทยาลัยจำเป็นต้องเข้าใจทั้งความคาดหวังของนักศึกษาและระดับการตอบสนองของบริการที่เกิดขึ้นจริง เพื่อให้บริการที่พึงพอใจและสร้างความผูกพันเชิงบวกระยะยาว

2. การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการอธิบายได้ผ่าน SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ซึ่งประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความมั่นใจ การเอาใจใส่ และลักษณะกายภาพ แนวคิดนี้สอดคล้องกับ Kotler and Keller (2016) ที่ชี้ว่า “ความรวดเร็ว ความถูกต้อง และขั้นตอนบริการที่ชัดเจน” เป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์บริการที่ดี งานของ Dangaiso and Tsvere (2025) และ Li and Patena (2023) ยังขยายภาพรวมว่าคุณภาพบริการของมหาวิทยาลัยในปัจจุบันไม่ได้จำกัดเฉพาะการให้บริการของบุคลากร แต่ยังรวมถึงสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการรับบริการด้วย จะเห็นได้ว่า คุณภาพบริการเป็น “ปัจจัยตั้งต้นหลัก” ที่กำหนดความพึงพอใจของนักศึกษา โดยประกอบด้วยทั้งมิติปฏิสัมพันธ์ (เจ้าหน้าที่) มิติสิ่งแวดล้อม (สถานที่) และมิติตามกระบวนการ (ขั้นตอนบริการ) การพิจารณาคุณภาพบริการในมหาวิทยาลัยจึงต้องประเมินเชิงระบบ ทั้งด้านคน ขั้นตอน และทรัพยากรสนับสนุน

3. การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

De Jager and Gbadamosi (2013) ใช้โมเดล SERVPERF เพื่อทดสอบอิทธิพลของบริการของฝ่ายสนับสนุนต่อความพึงพอใจของนักศึกษา โดยทดสอบความแตกต่างจำแนกตามเพศ พบว่า เพศต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการรับบริการตามมิติ SERVPERF ต่างกัน เหตุการณ์นี้สะท้อนว่า ความคาดหวังต่อบริการอาจถูกกำหนดโดยเพศแตกต่างกัน และชี้ให้เห็นแนวทางที่มหาวิทยาลัยควรพิจารณาปรับกลยุทธ์การบริการให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่หลากหลาย

Thakur (2019) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยในเขต Delhi-NCR โดยเปรียบเทียบตามเพศ ชั้นปี และประเภทของมหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง โดยเฉพาะด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบรรยากาศทางกายภาพ

ทั้งนี้ไม่พบความแตกต่างของความพึงพอใจระหว่างเพศอย่างมีนัยสำคัญ และระดับความพึงพอใจของนักศึกษา ค่อนข้างคงที่ข้ามชั้นปี ยกเว้นมิติบริการแนะแนวอาชีพที่นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายให้คะแนนต่ำกว่า สะท้อนว่าความ คาดหวังของนักศึกษาเปลี่ยนไปตามระยะการเรียนรู้ นอกจากนี้ นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนมีความพึงพอใจ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสูงกว่ามหาวิทยาลัยของรัฐ ขณะที่นักศึกษามหาวิทยาลัยรัฐให้ความสำคัญกับคุณภาพ การสอนมากกว่า (Thakur. 2019)

นอกจากนี้ Acar et al. (2025) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักศึกษา ในคณะทันตแพทยศาสตร์ต่าง ๆ ของประเทศตุรเคีย โดยศึกษานักศึกษาทันตแพทย์จาก 6 มหาวิทยาลัย พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามคณะ สอดคล้องกับ Retamosa et al. (2020) ที่ศึกษาว่าประเภทของปริญญาสามารถทำนายระดับความพึงพอใจและความภักดีของนักศึกษาที่แตกต่างกันได้ หรือไม่ เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจ พยาบาล และวิศวกรรม พบว่า สาขาวิชาเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยนักศึกษาพยาบาลให้คะแนน ความพึงพอใจสูงสุด และวิศวกรรมต่ำสุด

Oladağba and Bolatimi (2025) ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อคุณค่าที่ได้รับ (Perceived value) โดยพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบรรยากาศการเรียนรู้เป็นตัวแปรสำคัญ นอกจากนี้ Kimaita et al. 2025 ชี้ว่า ความพึงพอใจของนักศึกษามีหลายมิติ ทั้งด้านสังคม อารมณ์ และสถานการณ์ ซึ่งควรถูกนำมาใช้ ในการวิเคราะห์บริการของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับ Alghamdi and Bach (2021) พบว่าความพึงพอใจของ นักศึกษาขึ้นอยู่กับตอบสนองอย่างรวดเร็วของเจ้าหน้าที่และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่สนับสนุนการเรียนรู้ นอกจากนี้ กานต์พิชชา มาเกิด (2562) พบว่านักศึกษามีความพึงพอใจต่อการบริการของมหาวิทยาลัยในระดับ ปานกลางถึงมาก แต่มีข้อจำกัดด้านความเร็วในการให้บริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมสะท้อนว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของนักศึกษา (เพศ ชั้นปี สาขา) เป็นตัวกำหนดความคาดหวังต่อการบริการ วิธีการตอบสนองของเจ้าหน้าที่ และการรับรู้คุณภาพบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ บริบทของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร ที่มีนักศึกษาหลากหลาย จึงมีความเป็นไปได้ที่ความพึงพอใจจะไม่เท่ากัน ข้อมูล นี้ช่วยสร้างเหตุผลเชิงทฤษฎีที่จำเป็นต่อการเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามเพศ สาขาวิชา และชั้นปี ในการศึกษาค้างนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2-4 ประจำปี การศึกษา 2565 ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร จำนวน 2,021 คน (งานทะเบียนมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร. 2565) ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเฉพาะนักศึกษาชั้นปีที่ 2-4 เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการของ หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่องและก่อให้เกิดความสามารถในการประเมินคุณภาพบริการได้อย่างมี ความหมายมากกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 ซึ่งเพิ่งเริ่มต้นการศึกษาและยังไม่มีประสบการณ์รับบริการไม่เพียงพอ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้มาจาก การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยจำแนกตามชั้นปีการศึกษาและสาขาวิชา เพื่อให้มั่นใจว่ากลุ่มตัวอย่างมีความครอบคลุมและเป็นตัวแทนที่ดี ของประชากรในแต่ละกลุ่ม จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) ภายในแต่ละชั้นภูมิ

ในการคัดเลือกนักศึกษาเข้าร่วมการวิจัย การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 344 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ได้แก่ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา และหลักสูตรสาขาวิชา 2) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัย โดยประเด็นคำถามประกอบด้วย ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) และ 3) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือการวิจัยได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยการใช้วิธีการหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) (Rovinelli & Hambleton. 1976) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่าความสอดคล้องมากกว่า 0.66 ขึ้นไปทุกข้อ และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คนแล้ววิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่า 0.932 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ควรมีไม่ต่ำกว่า 0.70 ตามเกณฑ์ของ Cronbach (1970) แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ในระดับดีมาก

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลภาคสนามดำเนินการระหว่าง เดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2565 โดยใช้ทั้งแบบสอบถามออนไลน์และแบบสอบถามกระดาษในขณะที่นักศึกษาที่มาใช้บริการ ณ หน่วยงานภายใน เพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้บริการของนักศึกษาและเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้อย่างทั่วถึงและสะดวก การรวบรวมข้อมูลใช้เวลาประมาณ 8 สัปดาห์ และได้แบบสอบถามคืนจำนวนครบตามกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.2 สถิติอ้างอิง (Inferential statistics) ประกอบด้วย สถิติ T-test, F-Test และสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง และส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4

2. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร จำแนกตามตามหน่วยงานที่ให้บริการ

2.1 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของงานพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของงานพัฒนานักศึกษา

งานพัฒนานักศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ ที่
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	3.93	0.83	มาก	
1. ความชัดเจนในการสื่อสารถึงขั้นตอนในการให้บริการ	3.99	0.78	มาก	1
2. ความถูกต้องของขั้นตอนการให้บริการที่กำหนด	3.96	0.76	มาก	2
3. ความรวดเร็วในแต่ละขั้นตอนของการให้บริการ	3.92	0.86	มาก	3
4. การจัดลำดับก่อนหลังของผู้มารับบริการ	3.84	0.91	มาก	4
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.88	0.86	มาก	
1. ความรู้ความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ	3.92	0.80	มาก	2
2. เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสพร้อมให้บริการ	3.80	0.87	มาก	4
3. ความถูกต้องในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.93	0.86	มาก	1
4. ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.88	0.90	มาก	3
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.06	0.78	มาก	
1. ความพร้อมของสถานที่ในการให้บริการ	4.10	0.77	มาก	2
2. ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ต่อการให้บริการ	4.13	0.78	มาก	1
3. ความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่ และวัสดุอุปกรณ์	3.94	0.79	มาก	3
ด้านช่องทางการให้บริการ	3.85	0.78	มาก	
1. มีช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย และเพียงพอ	3.74	0.78	มาก	3
2. ช่องทางการให้บริการไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน มีความชัดเจน	3.90	0.80	มาก	2
3. ช่องทางการให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.92	0.75	มาก	1
รวมทั้งหมด	3.95	0.81	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของงานพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.78) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.83) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.86) และด้านช่องทางการให้บริการ ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.78)

ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ความชัดเจนในการสื่อสารถึงขั้นตอนในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.78) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ พบว่า ความถูกต้องในการให้บริการของเจ้าหน้าที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.86) ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ต่อการให้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.77) ด้านช่องทางการให้บริการ พบว่า ช่องทางการให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.75)

2.2 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของงานทะเบียนและวัดผล มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของงานทะเบียนและวัดผล

งานทะเบียนและวัดผล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ ที่
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	4.02	0.80	มาก	
1. ความชัดเจนในการสื่อสารถึงขั้นตอนในการให้บริการ	4.01	0.85	มาก	3
2. ความถูกต้องของขั้นตอนการให้บริการที่กำหนด	3.99	0.65	มาก	4
3. ความรวดเร็วในแต่ละขั้นตอนของการให้บริการ	4.02	0.87	มาก	2
4. การจัดลำดับก่อนหลังของผู้มารับบริการ	4.04	0.84	มาก	1
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.93	0.80	มาก	
1. ความรู้ความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ	4.02	0.82	มาก	2
2. เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสพร้อมให้บริการ	3.84	0.85	มาก	3
3. ความถูกต้องในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.83	0.80	มาก	4
4. ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.03	0.76	มาก	1
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.15	0.78	มาก	
1. ความพร้อมของสถานที่ในการให้บริการ	4.10	0.77	มาก	3
2. ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ต่อการให้บริการ	4.14	0.78	มาก	2
3. ความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่และวัสดุอุปกรณ์	4.20	0.79	มาก	1
ด้านช่องทางการให้บริการ	3.89	0.79	มาก	
1. มีช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย และเพียงพอ	3.86	0.78	มาก	3
2. ช่องทางการให้บริการไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน และมีความชัดเจน	3.90	0.75	มาก	2
3. ช่องทางการให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.92	0.85	มาก	1
รวมทั้งหมด	3.99	0.79	มาก	

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของงานทะเบียนและวัดผล มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.78) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.80) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.80) และด้านช่องทางการให้บริการ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.79)

ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ พบว่า การจัดลำดับก่อนหลังของผู้มารับบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.84) ด้านบุคลากร พบว่า ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.76) ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่และวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.79) ด้านช่องทางการให้บริการ พบว่า ช่องทางการให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.85)

2.3 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของงานแนะแนวและสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของงานแนะแนวและสหกิจศึกษา

งานแนะแนวและสหกิจศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	3.99	0.79	มาก	
1. ความชัดเจนในการสื่อสารถึงขั้นตอนในการให้บริการ	4.06	0.77	มาก	1
2. ความถูกต้องของขั้นตอนการให้บริการที่กำหนด	4.02	0.78	มาก	2
3. ความรวดเร็วในแต่ละขั้นตอนของการให้บริการ	3.93	0.79	มาก	4
4. การจัดลำดับก่อนหลังของผู้มารับบริการ	3.95	0.81	มาก	3
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	3.93	0.80	มาก	
1. ความรู้ความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ	3.96	0.67	มาก	3
2. เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสพร้อมให้บริการ	3.82	0.87	มาก	4
3. ความถูกต้องในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.03	0.78	มาก	1
4. ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.00	0.81	มาก	2
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.11	0.79	มาก	
1. ความพร้อมของสถานที่ในการให้บริการ	4.05	0.87	มาก	3
2. ความพร้อมของวัสดุอุปกรณ์ต่อการให้บริการ	4.12	0.82	มาก	2
3. ความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่และวัสดุอุปกรณ์	4.15	0.70	มาก	1

ตารางที่ 3 (ต่อ)

งานแนะแนวและสหกิจศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	ลำดับ ที่
ด้านช่องทางการให้บริการ	3.98	0.79	มาก	
1. มีช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย และเพียงพอ	3.96	0.78	มาก	2
2. ช่องทางการให้บริการไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน และมีความชัดเจน	3.90	0.75	มาก	3
3. ช่องทางการให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	4.09	0.85	มาก	1
รวมทั้งหมด	4.01	0.79	มาก	

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของงานแนะแนวและสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.79) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.79) ด้านช่องทางการให้บริการ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.79) และด้านบุคลากรที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.79) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ พบว่า ความชัดเจนในการสื่อสารถึงขั้นตอนในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.77) ด้านบุคลากรที่ให้บริการ พบว่า ความถูกต้องในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.78) ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ความสะอาด ความเป็นระเบียบ ของสถานที่และวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.70) ด้านช่องทางการให้บริการ พบว่า ช่องทางการให้บริการตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.85)

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตาม เพศ หลักสูตรสาขาวิชา และชั้นปี

3.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตามเพศ

รายการ	ชาย		หญิง		t	P-Value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	4.02	0.90	3.96	0.72	1.418	.001
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	4.05	0.78	3.81	0.79	1.789	.000
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	4.01	0.78	3.93	0.72	1.203	.002
ด้านช่องทางการให้บริการ	4.00	0.79	4.04	0.81	1.243	.005
รวม	4.03	0.81	3.95	0.80	1.980	.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมเพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง ผลของค่า sig. ที่ 0.01 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีค่า sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สามารถสรุปได้ว่า เพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการต่างกัน

ทั้งนี้ นักศึกษาเพศชายมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมสูงกว่าเพศหญิง ความแตกต่างนี้มีนัยสำคัญทางสถิติในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านกระบวนการให้บริการและบุคลากรผู้ให้บริการ ผลการวิจัยชี้ว่า หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยควรพิจารณา ปรับปรุงรูปแบบการบริการให้ตอบสนองต่อความคาดหวังของนักศึกษาเพศหญิงมากขึ้น โดยเฉพาะด้านบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการให้สมดุลสำหรับนักศึกษาทุกกลุ่ม

3.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตามหลักสูตรสาขาวิชา

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตามหลักสูตรสาขาวิชา

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.657	4	1.563	4.356	.056
	ภายในกลุ่ม	130.46	340	.357		
	รวม	138.12	344			
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.457	4	1.68	3.567	.067
	ภายในกลุ่ม	144.46	340	.368		
	รวม	148.12	344			
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	7.788	4	1.269	3.908	.052
	ภายในกลุ่ม	131.67	340	.335		
	รวม	139.12	344			
ด้านช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.957	4	1.360	4.235	.066
	ภายในกลุ่ม	146.90	340	.373		
	รวม	153.78	344			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	7.502	4	1.404	3.935	.066
	ภายในกลุ่ม	126.60	340	.382		
	รวม	118.78	344			

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตามหลักสูตรสาขาวิชา พบว่า ในภาพรวมผลของค่า sig.

มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีค่า sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สามารถสรุปได้ว่า นักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการไม่ต่างกัน

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า นักศึกษาในสาขาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ และ สาขาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่ง มีแนวโน้มที่จะให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าสาขาอื่น ๆ ในขณะที่สาขาการเมืองและการปกครองท้องถิ่น มีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าสาขาอื่นเล็กน้อย แม้ผลทางสถิติชี้ว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ แต่การสังเกตแนวโน้มค่าเฉลี่ยสามารถช่วยให้มหาวิทยาลัยใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ตอบสนองความต้องการเฉพาะของนักศึกษาในแต่ละสาขาวิชาได้ดียิ่งขึ้น

3.3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตามชั้นปี

ตารางที่ 6 ผลการผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตามชั้นปี

รายการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P-Value
ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.570	2	1.304	5.568	.067
	ภายในกลุ่ม	170.46	342	.337		
	รวม	178.89	344			
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.570	2	1.809	4.867	.141
	ภายในกลุ่ม	154.62	342	.380		
	รวม	158.26	344			
ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	10.887	2	1.697	4.908	.060
	ภายในกลุ่ม	161.75	342	.359		
	รวม	169.19	344			
ด้านช่องทางการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	8.974	2	1.688	5.235	.051
	ภายในกลุ่ม	136.90	342	.389		
	รวม	139.80	344			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	8.624	2	1.486	4.935	.110
	ภายในกลุ่ม	106.20	342	.340		
	รวม	119.80	344			

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตามชั้นปี พบว่า ในภาพรวมผลของค่า sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีค่า sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สามารถสรุปได้ว่า นักศึกษาชั้นปีต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการไม่ต่างกัน

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ย พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีแนวโน้มให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าชั้นปีอื่น ขณะที่นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีแนวโน้มให้คะแนนต่ำกว่าเล็กน้อย อาจสะท้อนถึงความคาดหวังที่สูงขึ้นจากประสบการณ์การใช้บริการตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงการบริการเพื่อรองรับความต้องการของนักศึกษาชั้นปีสูง ๆ (ปี 3-4) ที่อาจมีมาตรฐานความคาดหวังสูงขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อเนื่องและยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร จำแนกตามหน่วยงานที่ให้บริการ ประกอบด้วย งานพัฒนานักศึกษา งานทะเบียนและวัดผล งานแนะแนวและสหกิจศึกษา พบว่า 1) งานพัฒนานักศึกษา ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านช่องทางการให้บริการ 2) งานทะเบียนและวัดผล ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านช่องทางการให้บริการ 3) งานแนะแนวและสหกิจศึกษา ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ/ขั้นตอนการให้บริการ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านบุคลากรที่ให้บริการ ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าทุกหน่วยงานมีรูปแบบผลลัพธ์คล้ายกัน คือ มิติด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกสูงสุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และบุคลากร ผลนี้สอดคล้องกับงานของ Amoako et al. (2023) ที่พบว่า “หลักฐานทางกายภาพ” และ “บริการสนับสนุนด้านการบริหาร” เป็นตัวทำนายความพึงพอใจของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Seitova et al. (2024) ซึ่งรายงานว่ นักศึกษามีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัยสูงกว่ามิติอื่น สำหรับงานแนะแนวและสหกิจศึกษา ที่มีคะแนนด้านบุคลากรต่ำสุดเมื่อเทียบกับมิติอื่น

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการนักศึกษาของหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตามเพศ พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการต่างกัน สอดคล้องการงานวิจัยของ กานต์พิชชา มาเกิด (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ พื้นที่ศาลายา พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ ระดับชั้นปี คณะที่กำลังศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ พื้นที่ศาลายาแตกต่างกันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยิ่งสอดคล้องกับ Dangaiso and Tsvere (2025) ที่ได้ศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพบริการการศึกษาระดับสูงและความพึงพอใจของนักศึกษา: ความแตกต่างทางเพศ พบว่า นักศึกษา

หญิงรายงานการรับรู้เชิงบวกเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของมหาวิทยาลัยและผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาสูงกว่า นักศึกษาชายในหลายกรณีซึ่งสอดคล้องกับผลที่ว่าเพศต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของบริการ ทั้งนี้ นักศึกษา เพศชายมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมสูงกว่าเพศหญิง ผลการวิจัยชี้ว่าหน่วยงานภายใน มหาวิทยาลัยควรพิจารณา ปรับปรุงรูปแบบการบริการให้ตอบสนองต่อความคาดหวังของนักศึกษาเพศหญิงมากขึ้น โดยเฉพาะด้านบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการให้สมดุลสำหรับนักศึกษา ทุกกลุ่ม

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตามหลักสูตรสาขาวิชา พบว่า นักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการไม่ต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Li and Patena (2023) ที่ศึกษา คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยจีนแห่งหนึ่ง พบว่าระดับความพึงพอใจของ นักศึกษาเมื่อจำแนกตามหลักสูตร/สาขาวิชา ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้เนื่องจากการให้บริการ นักศึกษาของหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรเป็นหน่วยงานเดียวกันในทุกหลักสูตรสาขาวิชา และมีการ ให้บริการกับนักศึกษาทุกหลักสูตรสาขาวิชาอย่างเท่าเทียมกัน อย่างไรก็ตาม แม้ผลทางสถิติพบว่าไม่แตกต่างกัน แต่แนวโน้มค่าเฉลี่ยบ่งชี้ว่านักศึกษาบางสาขา เช่น สาขาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ และสาขาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ชายฝั่ง มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าสาขาอื่น สอดคล้องกับงานของ Acar et. al. (2025) ที่พบว่า “ธรรมชาติ ของหลักสูตร” ส่งผลต่อความคาดหวังด้านบริการ เช่น หลักสูตรด้านบริการ/สังคมมักมีความคาดหวังเชิงบวก ต่อบุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่า

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพรในภาพรวม จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีการศึกษาต่างกัน มีระดับ ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ วรวิทย์ ลัคนาโฆจิต, ญัฐภา นาเลื้อน และฐานันท์ ตั้งจุฑา (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักเรียนนักศึกษาในการรับบริการ จากแผนกวิชาช่างยนต์ วิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ พบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักเรียนนักศึกษาในการ รับบริการจากแผนกวิชาช่างยนต์ วิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ พบว่า ระดับชั้นปีแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการรับ บริการจากแผนกวิชาช่างยนต์ วิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากการให้บริการ นักศึกษาของ หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร เป็นหน่วยงานเดียวกันในทุกชั้นปี และมีการให้บริการกับนักศึกษา ทุกชั้นปีอย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ อัมพร เอกะจัมปกะ, อุไร สุทธิแย้ม และ ปิยะ ศักดิ์เจริญ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง พบว่า ระดับชั้นปี มีความพึงพอใจการบริการไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการ จัดสภาพแวดล้อม ภายในของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ จะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อยู่ในสิ่งแวดล้อมเดียวกัน ทางโรงเรียนจัดการบริการ ด้านต่าง ๆ ให้เหมือนกัน มีกิจกรรมเสริมเหมือนกัน มีประสบการณ์ใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ย พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีแนวโน้มให้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่า ขณะที่นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ให้คะแนนต่ำกว่า เล็กน้อย ซึ่งอาจเกิดจากความคาดหวังที่เพิ่มสูงขึ้นตลอดช่วงปีการศึกษา และภาระธุรกรรมที่ซับซ้อนมากขึ้น เช่น การลงทะเบียนเรียนซ้ำ การประเมินผลการเรียน และการเตรียมความพร้อมก่อนสำเร็จการศึกษา แนวโน้มนี้ สอดคล้องกับงานของ Thakur. (2019) ที่พบว่า นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายในมหาวิทยาลัย Delhi-NCR มีคะแนนความ พึงพอใจต่อบริการด้านวิชาการและงานทะเบียนต่ำกว่าชั้นปีอื่น เนื่องจากต้องดำเนินการธุรกรรมที่หลากหลายและมี

ความซับซ้อนมากขึ้นก่อนสำเร็จการศึกษา ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญกับการออกแบบบริการที่รองรับความต้องการเฉพาะของนักศึกษาชั้นปีสูง เพื่อรักษาระดับความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปได้ดังนี้

1. ข้อเสนอที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 ยกย่องมาตรฐานสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างต่อเนื่อง: เนื่องจากเป็นมิติที่นักศึกษาพึงพอใจสูงสุด มหาวิทยาลัยควรรักษามาตรฐานที่มีอยู่และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้ทันสมัย เช่น พื้นที่เรียนรู้ร่วมสมัย พื้นที่กิจกรรม และระบบสารสนเทศสนับสนุนบริการ เพื่อให้ตอบโจทย์การใช้งานที่หลากหลายของนักศึกษา

1.2 พัฒนาระบบบริการและกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น: ควรปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการให้กระชับ ลดความซ้ำซ้อน และเพิ่มบริการดิจิทัล เช่น e-service ระบบยื่นคำขอออนไลน์ และระบบติดตามสถานะ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วและลดภาระของนักศึกษา

1.3 เสริมสร้างศักยภาพบุคลากรด้านการบริการ: มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมการอบรมบุคลากรให้มีทักษะด้านการบริการ การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยี เพื่อให้บริการมีความเป็นมืออาชีพ ทันสมัย และเป็นมิตรต่อผู้ใช้บริการ

1.4 ขยายช่องทางบริการที่เข้าถึงง่ายและหลากหลาย: ควรเพิ่มช่องทางบริการ เช่น การให้คำปรึกษาออนไลน์ ระบบ Chatbot หรือช่องทางให้ข้อมูลผ่านสื่อดิจิทัล พร้อมประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง เพื่อรองรับนิสิตที่มีความต้องการแตกต่างกัน

1.5 ออกแบบบริการที่คำนึงถึงความแตกต่างของผู้ใช้บริการ (Equity & Inclusiveness): จากผลการศึกษาที่พบความแตกต่างด้านเพศ มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมแนวทางบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม เช่น พื้นที่บริการที่ปลอดภัยและเป็นมิตรทุกเพศ ช่องทางข้อเสนอแนะเฉพาะกลุ่ม และกิจกรรมสนับสนุนที่เหมาะสม

1.6 พัฒนาบริการเชิงเฉพาะกลุ่มตามลักษณะสาขาวิชา: แม้ผลต่างทางสถิติไม่ชัดเจน แต่แนวโน้มคะแนนสะท้อนว่าสาขาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการและสาขาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งมีความพึงพอใจสูงว่า ข้อมูลนี้สามารถใช้วางแผนบริการที่สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้เรียนในแต่ละสาขา

1.7 เพิ่มการดูแลนักศึกษาชั้นปีสูง โดยเฉพาะช่วงใกล้สำเร็จการศึกษา: นักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีแนวโน้มให้คะแนนต่ำกว่าชั้นปีอื่นเล็กน้อย อาจมาจากธุรกรรมที่ซับซ้อนขึ้น เช่น งานทะเบียน ใบรับรอง และความคาดหวังที่สูงขึ้น มหาวิทยาลัยควรปรับปรุงและเพิ่มบริการสนับสนุนสำหรับนักศึกษาชั้นปีสูงเพื่อลดภาระและสร้างความมั่นใจในช่วงท้ายการศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาในระดับคณะ หรือวิทยาเขตอื่น ๆ ของมหาวิทยาลัย เพื่อเปรียบเทียบแนวโน้มในภาพรวมของสถาบัน และตรวจสอบความแตกต่างด้านบริการในแต่ละบริบท

2.2 ควบคู่การศึกษาเชิงลึกด้วยวิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed-Methods Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับประสบการณ์ ความคาดหวัง และปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ควบคู่สัมภาษณ์เชิงลึกนักศึกษาและบุคลากรผู้ให้บริการร่วมด้วย

2.3 การวิจัยครั้งต่อไปควรสร้างแบบจำลองเชิงโครงสร้าง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กว้างและครอบคลุมกว่านี้ เช่น คุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร บรรยากาศบริการและความภักดีของนักศึกษา เป็นต้น เพื่อให้เข้าใจมิติที่ลึกกว่าระดับปฏิบัติการ ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม

รายการอ้างอิง

- กานต์พิชชา มาเกิด. (2562). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ พื้นที่ศาลายา. นครปฐม : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- งานทะเบียน มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร. (2565). ข้อมูลจำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2-4 ประจำปีการศึกษา 2565. ชุมพร : มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร.
- วรวิธิ ลัดดาโมชิต, ญัฐภา นาเลื้อน และฐานันท์ ตั้งจุจิกุล. (2564). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักเรียนนักศึกษาในการรับบริการจากแผนกวิชาช่างยนต์ วิทยาลัยเทคนิคหาดใหญ่. **การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12**. (น. 1288-1301). สงขลา : มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
- อัมพร เอกะจัมปะกะ อุไร สุทธิแย้ม และ ปิยะ ศักดิ์เจริญ. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2562). “ความพึงพอใจของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนของสถานศึกษา สังกัดคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.” **วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง ฉบับเทคโนโลยีการศึกษา**. 3 (2) : 77-84.
- Alghamdi, A., & Bach, C. (2021). “Student satisfaction in higher education: The role of digital technology and service responsiveness.” **International Journal of Education Research**. 45(2) : 112-125.
- Acar, N. K., Sahin, N., & Celikel, P. (2025). “Comparison of students’ satisfaction levels in different dentistry faculties in Türkiye.” **BMC Medical Education**, 24(1) : 576.
- Amoako, et al. (2023). “Service quality as a driver of student satisfaction in higher education institutions: Evidence from administrative and academic services”. **Cogent Education**, 10(1) : 2238468.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2009). **Marketing: An introduction**. 9th ed. Upper Saddle River : Pearson Prentice Hall.
- Cronbach, L. J. (1970). **Essentials of psychological testing**. 3rd ed. New York: Harper & Row.
- Dangaiso, P., & Tsvere, M. (2025). “The nexus between higher education service quality and student academic achievement: a structural equation modelling approach.” **Cogent education**. 12(1) : 1-18.

- De Jager, J., & Gbadamosi, G. (2013). "Predicting students' satisfaction through service quality in higher education." **The International Journal of Management Education**, 11(3) : 107-118.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing management**. 15th ed. Upper Saddle River: Pearson Education.
- Li, Y., & Patena, A. D. (2023). "Service quality and student satisfaction in one Chinese university." **Consortia Academia Publishing**. 11(11) : 61-72.
- Kimaita, et al. (2025). "Influence of service responsiveness on student satisfaction in schools of business of chartered universities in Kenya." **International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)**. 9(04) : 4748-4753
- Oladagba, S. B., & Bolatimi, F. E. (2025). "Student satisfaction with university facilities and services and its impact on academic performance at Koforidua Technical University Ghana." **Discover Education**. 4 : 492.
- Oliver, R. L. (1997). **Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer**. New York : McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). "A conceptual model of service quality and its implications for future research." **Journal of Marketing**. 49(4) : 41-50.
- Retamosa, M., Millan, A., & Moital, M. (2020). "Does the Type of Degree Predict Different Levels of Satisfaction and Loyalty? A Brand Equity Perspective." **Corporate Reputation Review**. 23(2) : 57-77.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). **On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity**. (ERIC Document Reproduction Service No. ED121845). U.S. Department of Health, Education & Welfare, National Institute of Education. Retrieved from <https://eric.ed.gov/?id=ED121845>
- Seitova, et al. (2024). "Perceived service quality and student satisfaction: A case study at Khoja Akhmet Yassawi University, Kazakhstan." **Frontiers in Education**. 9 : 1492432.
- Thakur, S. (2019). "A study of student satisfaction in the different university covering the area of Delhi NCR." **International Journal of Scientific & Technology Research**, 8(11), 3289-3310
- Smith, M. D. (2023). **The abundant university: Remaking higher education for a digital world**. [Online]. Available : <https://mitpress.mit.edu/9780262048552/the-abundant-university>. [7 February 2024].

รูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน

Model of Archeological and Cultural Heritage Tourism Route Management for Driving Economic Community at Upper Mun River

ชิษณุพงศ์ ธนพิบูลพงศ์¹, จิรพัฒน์ โทพล² และ เอกรัตน์ เอกศาสตร์^{3,*}
Chitsanupong Tanapiboonpong¹, Jirapat Thopon² and Ekkarat Ekkasart^{3,*}

Received 1 September 2025
Revised 3 October 2025
Accepted 7 November 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) จัดทำเส้นทาง
การท่องเที่ยว และ 3) พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรม
โดยมีพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 6 แห่ง ด้านกลุ่มเป้าหมาย มีจำนวน 5 กลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
ได้แก่ แบบประเมิน แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา
เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยสถิติ เช่น ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่าศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูล
ตอนบนในภาพรวม มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 โดยการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมีศักยภาพ
มากที่สุด ในส่วนของการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน มีจำนวน
2 โปรแกรม คือโปรแกรมท่องเที่ยว จำนวน 1 วัน หรือเส้นทาง 2 หิน หมายถึงการท่องเที่ยวใน 2 ตำบล คือตำบล
หินดาด และตำบลหินโคน และโปรแกรมท่องเที่ยว จำนวน 2 วัน หรือเส้นทาง 2 หิน 4 ปราสาท หมายถึง
การท่องเที่ยวในตำบลหินดาดและหินโคน ที่เป็นจุดเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครราชสีมา รวมถึงจุด
เชื่อมโยงระหว่างจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ และรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดก
ทางโบราณคดีและวัฒนธรรม คือการบริหารจัดการแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัย
ในพื้นที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วยการจัดทำแผน การปฏิบัติ การตรวจสอบติดตามการดำเนินงาน และการพัฒนา
อย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, การท่องเที่ยว, มรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรม, ลุ่มน้ำมูลตอนบน

¹ บธ.ม. บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2547. อาจารย์สังกัดสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและนันทนาการบริการ
คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

¹ MBA. Business Administration, Ramkhamhaeng University, 2004. Lecturer for Department of Hotel Management
and Service Innovation, Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

² ปร.ด. สื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2560. อาจารย์สังกัดสาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ,
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

² Ph.D. Mass Communication, Thammasat University, 2017. Lecturer for Department of Digital Communication Arts,
Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

³ บธ.ด. บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 2565. รองศาสตราจารย์สังกัดสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ,
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

³ DBA. Business Administration, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, 2022. Associate Professor for Department
of Economics, Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

* Corresponding author, email: ekarat.ekasart@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed to 1) study the potential of tourism resources, 2) create tourism routes, and 3) develop a management model for archaeological and cultural heritage tourism routes. The target area comprised 6 locations, and the target group comprised 5 groups. Data collection tools included evaluation forms, questionnaires, and interviews. Data analysis employed descriptive content analysis and quantitative analysis using statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results showed that the overall potential of archaeological and cultural tourism resources in the upper Mun River basin was high, with a mean score of 4.02. Tourism attractiveness had the most significant potential. Regarding the creation of archaeological and cultural tourism routes in the upper Mun River basin, two programs were proposed: a one-day tour program, or the “2 Stones” route, encompassing tourism in two sub-districts: Hin Dad and Hin Khon; and a two-day tour program, or the “2 Stones, 4 Castles” route, encompassing tourism in Hin Dad and Hin Khon sub-districts, connecting with tourist attractions within Nakhon Ratchasima province, as well as connecting Nakhon Ratchasima and Buriram provinces. The research also included a model for managing archaeological and cultural heritage tourism routes, as well as a community-based tourism management approach that adheres to safety guidelines in tourist areas, encompassing planning, implementation, monitoring, and continuous development.

Keywords: Management, Tourism, Archaeological and Cultural Heritage, Upper Mun River Basin

บทนำ

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่ได้รับความสนใจในการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว โดยติดอยู่ในอันดับที่ 8 ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและคนไทยที่นิยมเดินทางเข้ามา โดยในปี พ.ศ. 2565 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาถึง 4.85 ล้านคน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2565) โดยจังหวัดนครราชสีมามีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมถือเป็นเป้าหมายสำคัญหนึ่งของนักท่องเที่ยว จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ พบว่าประมาณช่วง 3,000-4,000 ปีก่อน จังหวัดนครราชสีมาเคยเป็นที่ตั้งของชุมชนโบราณ โดยมีชุมชนโบราณกระจายอยู่ทั่วไปในพื้นที่ รวมถึง “เส้นทางราชมรรคา” ถนนหลวงของพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ในสมัยพุทธศตวรรษที่ 18 ที่เชื่อมโยงบ้านเมืองในเขมรต่ำและบ้านเมืองในเขมรสูงที่มีเมือง “วิมาเยปุระ” หรือเมืองพิมายของไทยเป็นศูนย์กลาง โดยพื้นที่อำเภอจักราช และอำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งอำเภอหนองหงส์ จังหวัดบุรีรัมย์ ถือว่าเป็นสามอำเภอในเส้นทางสำคัญดังกล่าว

การจะพัฒนาด้านการท่องเที่ยวสิ่งสำคัญประการแรกที่จะต้องดำเนินการ คือการศึกษาว่าแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพในการท่องเที่ยวมากหรือน้อยเพียงใด โดยพิจารณาถึงสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว การรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว จากนั้นจึงนำข้อมูลศักยภาพการท่องเที่ยวมาใช้ประโยชน์ด้วยการกำหนดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความเป็นไปได้ในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนและสอดคล้องกับบริบทของท้องถิ่น รวมถึงมีการประเมินพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว และเพื่อให้การท่องเที่ยวมีการดำเนินงานที่เหมาะสมกับพื้นที่ ภาควิชาในพื้นที่จึงควรร่วมกันในการหาวิธีการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งในด้านบุคคล เงิน วัสดุสิ่งของ และวิธีปฏิบัติงาน ด้วยการจัดทำแผน การดำเนินงาน การตรวจสอบ และขยายผลเพื่อต่อยอดการดำเนินงานอย่างชัดเจน

นักวิจัยจึงได้ศึกษาโครงการรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบนด้วยกระบวนการแบบมีส่วนร่วมกับภาคีทุกภาคส่วนเพื่อให้ภาคีในพื้นที่ได้ร่วมกันทำงานวิจัยร่วมกับนักวิจัยทั้งในส่วนของความร่วมมือวางแผน ร่วมคิด ร่วมปฏิบัติงาน ร่วมติดตาม และร่วมประเมินผล เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อพื้นที่ อันจะทำให้ภาคีในพื้นที่ได้เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

เกิดการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในการรักษาและสืบสานมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรม และเผยแพร่สู่สังคมภายนอกในรูปแบบต่าง ๆ ที่ผ่านการจัดทำในด้านรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรม เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมในพื้นที่ อันนำไปสู่การสร้าง ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในพื้นที่ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน
2. เพื่อจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรม เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน
2. ได้เส้นทางการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน
3. เกิดรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน

การทบทวนวรรณกรรม

1. มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2556) ได้นิยามมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural attraction standard) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีองค์ประกอบสำคัญจำนวน 3 ประการ ดังนี้

1.1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

1.2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้นให้มีความสำคัญ มีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

1.3 ศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถในการควบคุมดูแลการดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และการจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม

2. หลักการพื้นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีหลักการพื้นฐานสำคัญ (พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์, 2556) ดังนี้

2.1 ทักษะคติของคนในชุมชน เป็นพื้นฐานหลักที่สำคัญที่ควรจะมีเมื่อตัดสินใจพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน โดยชุมชนที่มีทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยวจะแสดงความช่วยเหลือหรือแสดงมิตรภาพออกมาอย่างจริงใจต่อนักท่องเที่ยวซึ่งถือเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จอย่างหนึ่ง

2.2 การเข้าถึง คนส่วนใหญ่นั้นจะเดินทางไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้สะดวกมากกว่าที่จะไปในที่ที่เดินทางเข้าถึงลำบาก หรือต้องมีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าเดินทางมาก สิ่งนี้จึงเป็นอีกองค์ประกอบพื้นฐานที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.3 สถานที่พัก มิได้หมายถึงเพียงที่พักเพื่อนอนอย่างเดียว แต่รวมถึงบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วยสถานที่นอน สถานที่กิน ห้องสุขา ร้านค้า และการบริการขนส่งคมนาคมโดยเฉพาะในชุมชน เป็นต้น

2.4 สิ่งดึงดูดที่น่าสนใจสำหรับการท่องเที่ยว คือ สิ่งที่น่าสนใจที่น่าเยี่ยมชม หรือน่ามีส่วนร่วม เช่น กิจกรรมต่าง ๆ สิ่งดึงดูดนั้นอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ หรือเทศกาลงานรื่นเริงต่าง ๆ รวมถึงสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่มีรากฐานจากชุมชน เช่น ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ หรือวัฒนธรรม เป็นต้น

2.5 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญและทำได้หลายวิธี เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ หรือร่วมมือกับบริษัทท่องเที่ยว สายการบิน เป็นต้น บางครั้งอาจมีการประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้าการท่องเที่ยวแล้วแต่ความเหมาะสมที่จะประชาสัมพันธ์ในระดับใด หรือผ่านสื่อใด

3. หลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยว

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564) ได้ดำเนินโครงการพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัย สำหรับนักท่องเที่ยว (Safety zone) ที่มุ่งเน้นในเรื่องความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ โดยมีองค์ประกอบ ดังนี้

3.1 การจัดทำแผน (Plan) ประกอบด้วย นโยบาย แผนปฏิบัติงาน และโครงสร้างการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย ความเป็นธรรม และสุขอนามัยในพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัย

3.2 การปฏิบัติ (Do) ประกอบด้วย การดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัยความเป็นธรรม และสุขอนามัยในพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว

3.3 การตรวจติดตามการดำเนินงาน (Check) ประกอบด้วย การติดตาม ตรวจสอบ และวัดผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนการดำเนินงาน และเป้าหมาย

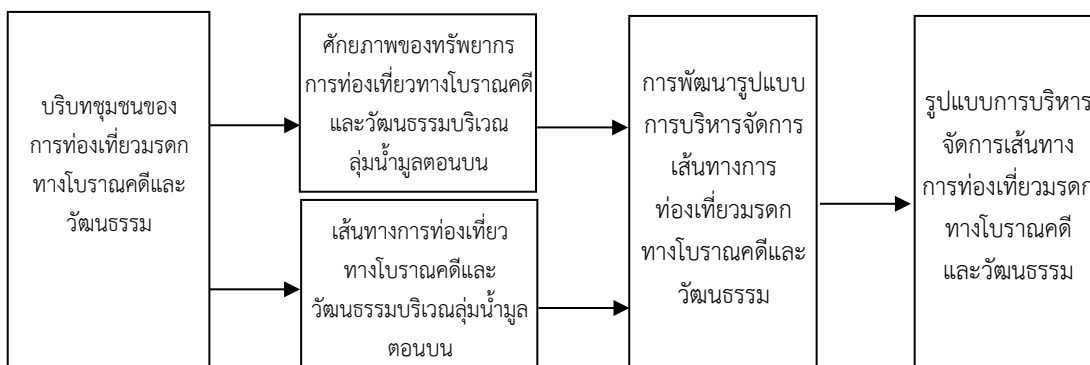
3.4 การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Act) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การนำเสนอผลต่อผู้บริหาร และการจัดทำแผนขยายผลเพื่อต่อยอดผลการดำเนินงาน

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว (วันทนา เนาว์วัน และลายอง ปลั่งกลาง. 2557; ดวงพร อ่อนหวาน และคณะ. 2558) การศึกษาเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยว (จงกล จันทรเรือง และคณะ. 2562; นิลุบล วิโรจน์ผดุงพงศ์ และคณะ. 2562; พิฑูรย์ ทองฉิม และคณะ. 2565) และการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยว (กุลวดี ละม้ายเงิน และเทิดชาย ช่วยบำรุง. 2559)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถเขียนกรอบแนวคิดการวิจัยในรูปแบบของปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลผลิต (Output) เริ่มจากการศึกษาบริบทของชุมชน จากนั้นศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน และเส้นทางการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน ต่อด้วยการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรม และการประเมินรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2567.

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน ประกอบด้วย ผู้บริหารในชุมชน ผู้ประกอบการในชุมชน บุคลากรทางการศึกษา บุคลากรด้านศาสนา และประชาชน ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ครบทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้แทนผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งมีคุณสมบัติในการสุ่ม ดังนี้

- 1) เป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือในการสอบถามข้อมูล
- 2) เป็นผู้ที่มีอายุอยู่ในพื้นที่บริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบนมาไม่ต่ำกว่า 10 ปี
- 3) เป็นผู้ที่มีองค์ความรู้และมีข้อมูลด้านการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรม
- 4) เป็นผู้ที่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยได้จนสิ้นสุดโครงการวิจัย

ผู้วิจัย คัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นในพื้นที่ทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน จำนวน 6 พื้นที่ ตามขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย ดังนี้

- 1) บ้านหินโคน ตำบลหินโคน อำเภोजักราช จังหวัดนครราชสีมา
- 2) บ้านตะคร้อ ตำบลหินดาด อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครราชสีมา
- 3) บ้านเมืองเพชร ตำบลหินดาด อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครราชสีมา
- 4) บ้านหัวสะพาน ตำบลหินดาด อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครราชสีมา
- 5) บ้านปรางค์ ตำบลหินดาด อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครราชสีมา
- 6) บ้านไทรอ้อ ตำบลเสาร้อยเดียว อำเภอหนองหงส์ จังหวัดบุรีรัมย์

ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน จำนวน 6 พื้นที่ ซึ่งแต่ละพื้นที่มีจำนวนทั้งหมด 5 กลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มละ 2 ราย ทำให้ 1 พื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 12 ราย รวมทั้งหมด จำนวน 60 ราย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาโครงการรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน

ประชากร	พื้นที่เป้าหมาย (แห่ง)	กลุ่มเป้าหมาย	
		กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เป้าหมาย (ราย)	กลุ่มเป้าหมายรวม (ราย)
1. ผู้บริหารในชุมชน	6	2	12
2. ผู้ประกอบการในชุมชน	6	2	12
3. บุคลากรทางการศึกษา	6	2	12
4. บุคลากรด้านศาสนา	6	2	12
5. ประชาชน	6	2	12
รวมทั้งหมด			60

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งได้จำนวน 4 ประเภท ดังนี้

2.1 แบบประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณ

กลุ่มน้ำมูลตอนบน แบ่งการประเมินเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยลักษณะคำถามในแบบประเมินเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ โดยกำหนดให้ 5 คือ ศักยภาพมากที่สุด 4 คือ ศักยภาพมาก 3 คือ ศักยภาพปานกลาง 2 คือ ศักยภาพน้อย และ 1 คือ ศักยภาพน้อยที่สุด

2.2 แบบสอบถามความเหมาะสมในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ทักษะคติของคนในชุมชน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน สถานที่พักในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน สิ่งดึงดูดที่ที่น่าสนใจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน โดยลักษณะคำถามในแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 5 ระดับ โดยกำหนดให้ 5 คือ ความเหมาะสมมากที่สุด 4 คือ ความเหมาะสมมาก 3 คือ ความเหมาะสมปานกลาง 2 คือ ความเหมาะสมน้อย และ 1 คือ ความเหมาะสมน้อยที่สุด

2.3 แบบประเมินพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว (Safety zone) พื้นที่ลุ่มน้ำมูลตอนบน เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน แบ่งได้ 4 ด้าน ได้แก่ การจัดทำแผนการดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัย ความเป็นธรรมและสุขอนามัยในพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว การติดตามตรวจสอบ และวัดผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนการดำเนินงานและเป้าหมาย ตลอดจนการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การนำเสนอผลการดำเนินงาน และขยายผลเพื่อต่อยอดการดำเนินงาน โดยลักษณะคำถามในแบบประเมินเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 3 ระดับ โดยกำหนดให้ 3 คือ ความสามารถในการดำเนินงานมาก 2 คือ ความสามารถในการดำเนินงานปานกลาง และ 1 คือ ความสามารถในการดำเนินงานน้อย

2.4 แบบสัมภาษณ์การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน แบ่งเป็น 11 ประเด็น ได้แก่ ผลกระทบด้านบวกและลบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน การสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน การสำรวจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับกลุ่มชาวบ้าน การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนร่วมกัน รวมถึงข้อจำกัด โอกาส และความเสี่ยง การร่วมกันพัฒนาศักยภาพ แก่ไขจุดอ่อน และเสริมสร้างจุดแข็ง การจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน การวางรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน การประเมินผลของการทำงานท่องเที่ยวโดยชุมชนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การพัฒนาศักยภาพให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ และการเชื่อมโยงทางการตลาด การท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่นักท่องเที่ยวต่าง ๆ

สำหรับการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ด้วยการใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ซึ่งผลการทดสอบมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.90-0.97 จากนั้นผู้วิจัยนำเครื่องมือการวิจัยมาปรับปรุงอีกครั้ง และนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยทุกเครื่องมือไปคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability analysis) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งพบว่ามีความอยู่ระหว่าง 0.92-0.97 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีความเชื่อมั่นสูง (สิน พันธุ์พินิจ. 2551)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งได้ 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารงานวิจัย บทความวิจัย บทความทางวิชาการ รายงานการศึกษา และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน ได้แก่ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

โดยชุมชนในพื้นที่บริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่บริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน และข้อมูลการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่บริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบประเมิน แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ของโครงการรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน ได้แก่ ข้อมูลจากแบบประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน ข้อมูลจากแบบสอบถามความเหมาะสมในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน ข้อมูลจากแบบประเมินพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำมูลตอนบน และข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

4.1 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสัมภาษณ์การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน และข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน มาจัดกลุ่มเป็นประเด็นหลัก และในแต่ละประเด็นหลัก แยกเป็นประเด็นย่อยต่าง ๆ ภายใต้อขอบเขตของการวิจัย เพื่อให้ได้คำตอบ คือ รูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบนต่อไป

4.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิที่เก็บรวบรวมได้จากแบบประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน แบบสอบถามความเหมาะสมในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน และแบบประเมินพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำมูลตอนบน โดยมีหลักเกณฑ์ในการประเมินผล (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ดังนี้

4.2.1 แบบประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน

- ศักยภาพมากที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 คะแนน
- ศักยภาพมาก	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 คะแนน
- ศักยภาพปานกลาง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 คะแนน
- ศักยภาพน้อย	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 คะแนน
- ศักยภาพน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 คะแนน

4.2.2 แบบสอบถามความเหมาะสมในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน

- ความเหมาะสมมากที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 คะแนน
- ความเหมาะสมมาก	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 คะแนน
- ความเหมาะสมปานกลาง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 คะแนน
- ความเหมาะสมน้อย	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 คะแนน
- ความเหมาะสมน้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 คะแนน

4.2.3 แบบประเมินพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวพื้นที่ลุ่มน้ำมูลตอนบน

- ความสามารถในการดำเนินงานมาก	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.34-3.00 คะแนน
- ความสามารถในการดำเนินงานปานกลาง	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.67-2.33 คะแนน
- ความสามารถในการดำเนินงานน้อย	มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.66 คะแนน

สำหรับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบประเมินผลต่าง ๆ เป็นการใช้อย่างง่ายในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ และร้อยละ

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน

1.1 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน ในภาพรวม พบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.66) โดยการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีศักยภาพมากที่สุด รองลงมา คือการรองรับด้านการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

1.2 ระดับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน เมื่อพิจารณารายประเด็น มีผลการศึกษาดังนี้

1.2.1 การดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว พบว่ามีระดับศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.61) โดยด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม มีระดับศักยภาพมากที่สุด รองลงมา คือศักยภาพทางกายภาพ และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

1.2.2 การรองรับด้านการท่องเที่ยว พบว่ามีระดับศักยภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.58) โดยด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก มีระดับศักยภาพมากที่สุด รองลงมา คือศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน

1.2.3 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว พบว่ามีระดับศักยภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.66) โดยด้านการจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก มีระดับศักยภาพมากที่สุด รองลงมา คือการจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม และด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว	4.32	0.61	ศักยภาพมากที่สุด
2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว	3.98	0.58	ศักยภาพมาก
3. ศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว	3.76	0.78	ศักยภาพมาก
รวม	4.02	0.66	ศักยภาพมาก

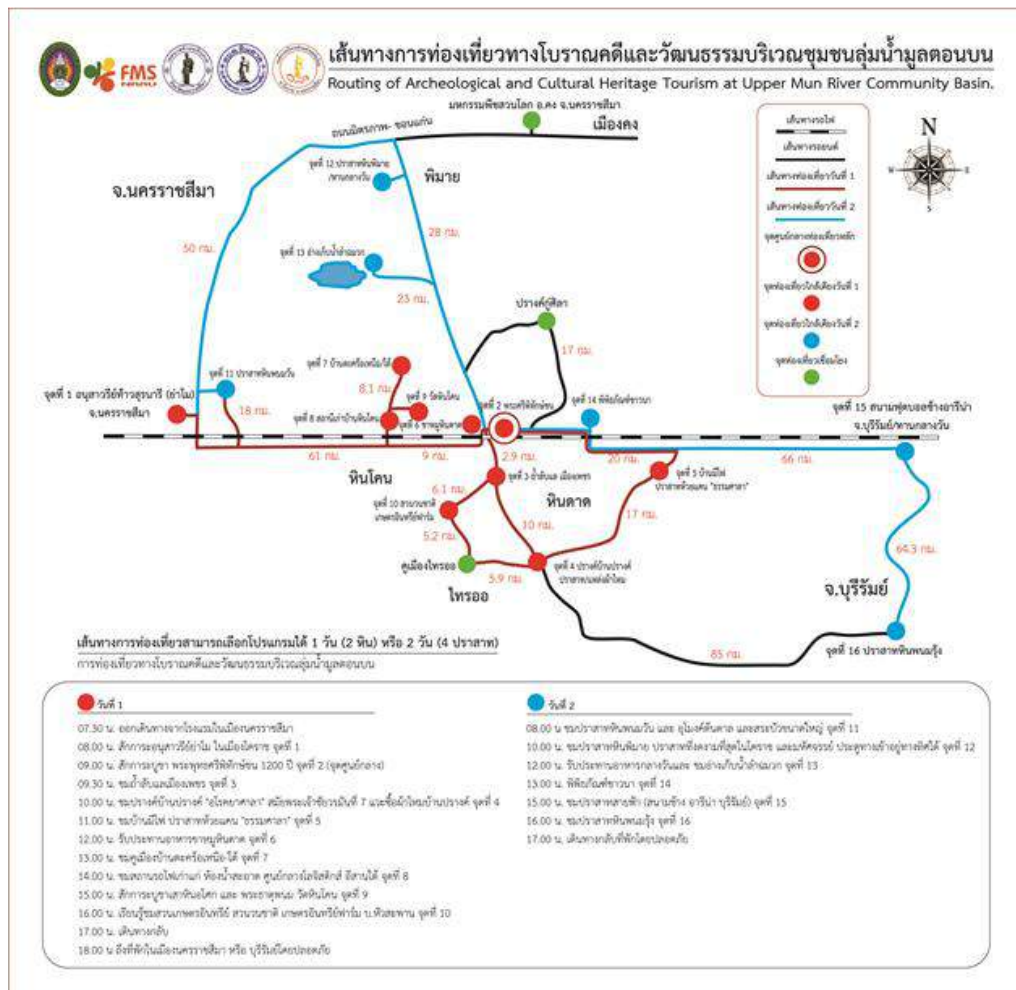
2. ผลการศึกษาการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน

2.1 การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน ดังต่อไปนี้

2.1.1 เส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน: โปรแกรมท่องเที่ยว 1 วัน (เส้นทางท่องเที่ยว 2 หิน) พบว่า มีเส้นทางท่องเที่ยว ได้แก่ สักการะอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีในตัวเมือง จังหวัดนครราชสีมา - สักการะพระพุทธรูปพิทักษ์ชน 1,200 ปี - ชมถ้ำลับแลเมืองเพชร - ชมปราสาทบ้านปรังค์ อโรคยาศาลาสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 - แวะซื้อผ้าไหมบ้านปรังค์ - ชมบ้านมีไฟ ปราสาทห้วยแคน “ธรรมศาลา” - รับประทานอาหารชาวมูฮินดา - ชมคูเมืองบ้านตะคร้อเหนือ-ใต้ - ชมสถานรถไฟเก่าแก่ ห้องน้ำสะอาด ศูนย์กลางโลจิสติกส์ อีสานใต้ - สักการะเสาหินอโศก และพระธาตุพนม วัดหินโคน - เรียนรู้ชุมชนเกษตรอินทรีย์ สวนวนชาติ เกษตรอินทรีย์ฟาร์ม บ้านหัวสะพาน โปรแกรมการท่องเที่ยว 1 วัน หรือเส้นทาง 2 หิน ดังกล่าวเป็นการ

ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตำบลหินโคน อำเภอจักราช จังหวัดนครราชสีมา และตำบลหินดาด อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา

2.1.2 เส้นทางการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน : โปรแกรมท่องเที่ยว 2 วัน (เส้นทางท่องเที่ยว 2 หิน 4 ปราสาท) โดยวันที่ 1 (2 หิน) มีเส้นทางท่องเที่ยว ได้แก่ สักการะอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีในตัวเมืองจังหวัดนครราชสีมา - สักการะพระพุทธรูปศิลาเขียว 1,200 ปี - ชมถ้ำลับแลเมืองเพชร - ชมปราสาทบ้านปราสาทโคโรยาศาลา สมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 - แวะซื้อผ้าไหมบ้านปราสาท - ชมบ้านมีไฟ ปราสาทห้วยแคน "ธรรมศาลา" - รับประทานอาหารชาวมุขหินดาด - ชมคูเมืองบ้านตะคร้อเหนือ-ใต้ - ชมสถานรถไฟเก่าแก่ ห้องน้ำสะอาด ศูนย์กลางโลจิสติกส์ อีสานใต้ - สักการะเสาหินนอโคก และพระธาตุพนมวัดหินโคน - เรียนรู้ชมสวนเกษตรอินทรีย์ สวนวนชาติ เกษตรอินทรีย์ฟาร์ม บ้านหัวสะพาน ในส่วนของวันที่ 2 (4 ปราสาท) มีเส้นทางท่องเที่ยว ได้แก่ ชมปราสาทหินพนมวัน และอุโมงค์ดินตาล และสระบัวขนาดใหญ่ - ชมปราสาทหินพิมาย ปราสาทที่งดงามที่สุดในโคราช และมหัศจรรย์ ประตูทางเข้าอยู่ทางทิศใต้ - รับประทานอาหารกลางวันและชมอ่างเก็บน้ำลำฉะมวก - ชมพิพิธภัณฑ์สืบสานภูมิปัญญาชาวนาไทย - ชมปราสาทสายฟ้า (สนามช้างอารีนา บุรีรัมย์) - ชมปราสาทหินพนมรุ้ง โปรแกรมการท่องเที่ยว 2 วัน ดังกล่าวเป็นการเพิ่มเติมเส้นทาง 4 ปราสาท โดยให้การท่องเที่ยวในตำบลหินดาด และหินโคนเป็นจุดเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดนครราชสีมา รวมถึงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 เส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน

2.2 ความเหมาะสมในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน มีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

2.2.1 ความเหมาะสมในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบนในภาพรวม พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยด้านทัศนคติของคนในชุมชนมีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือสิ่งดึงดูดที่น่าสนใจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.2.2 ระดับความเหมาะสมในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน เมื่อพิจารณารายประเด็น มีผลการศึกษาดังนี้

2.2.2.1 การดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 โดยประชาชนในพื้นที่มีความคิดและความรู้สึกนึกคิดที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะประชาชนในเส้นทางหลักของการท่องเที่ยว มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือประชาชนในพื้นที่พร้อมให้การช่วยเหลือ และดูแลเอาใจใส่นักท่องเที่ยวอย่างเต็มใจเมื่อนักท่องเที่ยวสอบถาม หรือร้องขอในเรื่องต่าง ๆ ตลอดเวลา และประชาชนในพื้นที่ได้ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วยความเป็นมิตร มีความยิ้มแย้มแจ่มใสและทักทายที่อบอุ่นยินดีเสมอ

2.2.2.2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 โดยค่าใช้จ่ายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังเส้นทางของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีราคาไม่สูงมากนัก ทำให้มีความเหมาะสมในการเดินทางไปเที่ยว มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังเส้นทางของแหล่งท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง โดยสามารถเริ่มต้นการเดินทางท่องเที่ยวในจุดใดของเส้นทางก็ได้ และนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังเส้นทางของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างสะดวกสบายโดยมีการเดินทางด้วยเส้นทางคมนาคมที่ดี มีมาตรฐาน

2.2.2.3 สถานที่พักในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 โดยการมีร้านอาหารและเครื่องดื่มภายในชุมชนที่นักท่องเที่ยวสามารถบริโภคเพื่อประสบการณ์ใหม่ ๆ และได้สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน มีร้านค้าสำหรับการจับจ่ายซื้อของ โดยเฉพาะของที่ระลึกที่เป็นของพื้นเมือง เช่น ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน หรืออาจเป็นโปสการ์ด หนังสือเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว หรือแม้แต่แผนที่ท่องเที่ยวในชุมชนเป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนมีการให้บริการด้านการคมนาคมภายในชุมชน เช่น จักรที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยเน้นถึงความปลอดภัย ความสม่ำเสมอ และราคาที่เหมาะสม

2.2.2.4 สิ่งดึงดูดที่น่าสนใจสำหรับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนได้แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น รวมถึงมีความหลากหลายในรูปแบบต่าง ๆ ภายในเส้นทาง มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนแสดงถึงประวัติศาสตร์ และความเป็นมา รวมถึงได้มีการสืบสานวัฒนธรรมและประเพณีสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน และเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนที่มีความงดงาม สวยงาม มีเสน่ห์ และน่าสนใจทำให้นักท่องเที่ยวมีแรงกระตุ้นในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

2.2.2.5 การโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 โดยการมีมัคคุเทศก์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชนตามเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมา คือได้สร้างความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เส้นทางแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนผ่านสื่อเอกสารต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิตยสาร หรือสิ่งพิมพ์อื่น ๆ

3. ผลการศึกษาการพัฒนาแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน

3.1 การประเมินพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว (Safety zone)

การศึกษาดำเนินการประเมินพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว (Safety zone) พื้นที่ลุ่มน้ำมูลตอนบน แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือการประเมินพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำมูลตอนบนในภาพรวม และรายประเด็น ดังต่อไปนี้

3.1.1 การประเมินพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำมูลตอนบนในภาพรวมพบว่า มีระดับความสามารถในการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24 โดยด้านการดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัย ความเป็นธรรม และสุขอนามัยในพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว (Do) มีความสามารถในการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมา คือการติดตาม ตรวจสอบ และวัดผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนการดำเนินงาน และเป้าหมาย (Check) และการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การนำเสนอผลการดำเนินงาน และขยายผลเพื่อต่อยอดการดำเนินงาน (Act)

3.1.2 การประเมินพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มน้ำมูลตอนบนเมื่อพิจารณาประเด็น มีผลการศึกษา ดังนี้

3.1.2.1 การจัดทำแผน (Plan) พบว่ามีระดับความสามารถในการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.21 โดยด้านนโยบาย และแผนปฏิบัติงานด้านความปลอดภัย ความเป็นธรรม และสุขอนามัย มีระดับความสามารถในการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมา คือโครงสร้างคณะกรรมการดำเนินการพื้นที่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว

3.1.2.2 การดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัย ความเป็นธรรม และสุขอนามัยในพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว (Do) พบว่ามีระดับความสามารถในการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.21 โดยด้านการให้บริการมีระดับความสามารถในการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมา คือด้านความเป็นธรรม และด้านสุขอนามัย

3.1.2.3 การติดตาม ตรวจสอบ และวัดผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนการดำเนินงาน และเป้าหมาย (Check) พบว่ามีระดับความสามารถในการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านการปฏิบัติงานและติดตามการดำเนินงานตามแผนการดำเนินงานอย่างถูกต้อง และตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีระดับความสามารถในการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมา คือมีการประเมินความเหมาะสมของแผนการดำเนินงานที่ใช้อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ และมีการสรุปผลการดำเนินงาน สรุปประเด็นปัญหา และอุปสรรคของการปฏิบัติงานอย่างเป็นขั้นตอนและระบบ

3.1.2.4 การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การนำเสนอผลการดำเนินงาน และขยายผลเพื่อต่อยอดการดำเนินงาน (Act) พบว่ามีระดับความสามารถในการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.24 โดยการทบทวนแผนปฏิบัติงานหรือแผนดำเนินงานด้านความปลอดภัย สุขอนามัย ความเป็นธรรม และการบริหารจัดการในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ มีระดับความสามารถในการดำเนินงานมากที่สุด รองลงมา คือมีการรายงานผลการปฏิบัติงานหรือผลการดำเนินงานด้านความปลอดภัย สุขอนามัย ความเป็นธรรม และการบริหารจัดการในพื้นที่เป็นประจำ และมีการปรับปรุงคุณภาพการปฏิบัติงานหรือการดำเนินงานด้านความปลอดภัย สุขอนามัย ความเป็นธรรม และการบริหารจัดการในพื้นที่อย่างทันที่

3.2 วิธีการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ มีรูปแบบ ดังนี้

3.2.1 คนหรือบุคคล พบว่าการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบนในส่วนของคนหรือบุคคล แบ่งได้ 3 ประเภท คือคนในชุมชน ผู้มีอำนาจตัดสินใจ และคนในภาคธุรกิจ โดยมีกระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน แบ่งได้ จำนวน 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลง ขั้นเตรียมความพร้อม และขั้นปฏิบัติการ

3.2.2 เงินหรือทุน พบว่ารูปแบบของเงินหรือทุนเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการวางแผนการเงินหรือทุนของชุมชน มีประเด็นสำคัญของการวางแผนการเงิน คือการสร้างคามพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับภาคีทุกฝ่ายในชุมชนมากที่สุด และเกิดการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยองค์ประกอบของการบริหารจัดการเงินทุนโดยชุมชน คือคนในชุมชนรับรู้ถึงรายได้จากการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เกิดการคิดต้นทุนของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้ชุมชนเห็นถึงกำไรจากการท่องเที่ยว และผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับ และชุมชนเกิดแนวคิดในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนร่วมกัน

3.2.3 วัสดุสิ่งของหรือวัสดุอุปกรณ์หรือวัตถุดิบ พบว่าวัสดุสิ่งของหรือวัสดุอุปกรณ์หรือวัตถุดิบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเป็นแหล่งวัฒนธรรมหรือที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ซึ่งหมายรวมถึงประติสักรรมของมนุษย์อื่น ๆ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ และแหล่งโบราณคดี จะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาในพื้นที่ สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ สินค้าและบริการที่มีอยู่ในท้องถิ่น ด้วยการส่งเสริมการใช้สินค้าและบริการในท้องถิ่น เพราะจะส่งเสริมอัตลักษณ์และคุณค่าของยี่ห้อหรือแบรนด์ของท้องถิ่น อีกทั้งยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรของท้องถิ่น

3.2.4 วิธีปฏิบัติงาน พบว่ารูปแบบของวิธีปฏิบัติงานเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการเรียนรู้ร่วมกันในส่วนผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนของผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยว ผู้มีอำนาจตัดสินใจ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน คนในชุมชนหรือท้องถิ่นโดยไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะนักท่องเที่ยว โดยมีการบริหารจัดการที่ดี มีการดูแลและรักษาสีงแวดล้อม มีการจัดการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมเป็นระบบ และมีส่วนร่วมของท้องถิ่น

โดยสรุปการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ จะดำเนินการตามหลักบริหารจัดการธุรกิจ จำนวน 4 ด้าน คือ คนหรือบุคคล เงินหรือทุน วัสดุสิ่งของหรือวัสดุอุปกรณ์หรือวัตถุดิบ และวิธีปฏิบัติงาน ซึ่งรูปแบบการบริหารจัดการที่ดีจะสามารถช่วยยกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้มีความมั่นคงและยั่งยืน เป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำ กระจายรายได้สู่ท้องถิ่น สร้างเวทีให้ชุมชนได้แสดงฝีมือ ในการยกระดับฐานทุนทรัพยากรชุมชนผ่านนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน

3.3 รูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบนตามหลักเกณฑ์เฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวโดยชุมชน

หลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยของนักท่องเที่ยวสำหรับพื้นที่การท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบนในพื้นที่ จำนวน 6 หมู่บ้านเป้าหมาย มีผลการศึกษาดังนี้

3.3.1 การจัดทำแผน (Plan) พบว่าพื้นที่การท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน มีหลักเกณฑ์ ได้แก่ ผู้มีอำนาจตัดสินใจในพื้นที่ หรือหน่วยงานเจ้าของพื้นที่มีการจัดทำแผนเพื่อกำหนดพื้นที่เชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวกับพื้นที่อื่น ๆ เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น และผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในพื้นที่ มีการกำหนดโครงสร้างคณะกรรมการ การดำเนินการพื้นที่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อนำแผนไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และมีการกำกับติดตาม ประเมินผล และรายงานผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนาให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว

3.3.2 การดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัย ความเป็นธรรม และสุขอนามัยในพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว (Do) พบว่า พื้นที่การท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน มีหลักเกณฑ์ ได้แก่ เกณฑ์ด้านความปลอดภัยเฉพาะพื้นที่ เกณฑ์ด้านสุขอนามัย เกณฑ์ด้านความเป็นธรรม และเกณฑ์ด้านการให้บริการ

3.3.3 การติดตาม ตรวจสอบ และวัดผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนการดำเนินงาน และเป้าหมาย (Check) พบว่า ผู้มีอำนาจตัดสินใจมีการร่วมมือกับคนในชุมชน และผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอน มีการติดตาม ตรวจสอบ และวัดผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตาม

แผนการดำเนินงาน และเป้าหมาย ด้วยการสรุปผลการดำเนินงาน สรุปประเด็นปัญหา และอุปสรรคของการปฏิบัติงาน ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างเป็นขั้นตอนและระบบโดยผ่านการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน อย่างสม่ำเสมอ

3.3.4 การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การนำเสนอผลการดำเนินงาน และขยายผลเพื่อต่อยอด การดำเนินงาน (Act) พบว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสนใจมีการร่วมมือกับคนในชุมชน และผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน มีการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การนำเสนอผลการดำเนินงาน และขยายผลเพื่อต่อยอดการดำเนินงาน ด้วยการปรับปรุงคุณภาพการปฏิบัติงาน หรือการดำเนินงาน ด้านความปลอดภัย สุขอนามัย ความเป็นธรรม และการบริหารจัดการในพื้นที่อย่างทั่วถึง โดยผ่านการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

1. ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน

ผลการศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบนที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ มีศักยภาพใน 3 ประเด็น คือ ศักยภาพด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และศักยภาพด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับการศึกษาของดวงพร อ่อนหวาน และคณะ (2558) ที่ศึกษาการขยายผลการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยชุมชนผ่านการจัดการความรู้มีส่วนร่วม พบว่าเครื่องมือเพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มท่องเที่ยวใหม่ มีจำนวน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพชุมชน การจัดทำฐานข้อมูลทรัพยากรชุมชน และการพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน

ผลการศึกษาการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบนที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ สามารถกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 2 รูปแบบ คือ โปรแกรมท่องเที่ยว 1 วัน (เส้นทางท่องเที่ยว 2 หิน) ซึ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครราชสีมา และ โปรแกรมท่องเที่ยว 2 วัน (เส้นทางท่องเที่ยว 2 หิน 4 ปราสาท) ซึ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ สอดคล้องกับการศึกษาของวันทนา เนาว์วัน และลายอง ปลั่งกลาง (2557) ที่ศึกษาการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลบางกระสั้น อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าสามารถกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 2 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวแบบ 1 วัน และ แบบ 2 วัน 1 คืน โดยมีคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวเป็นผู้รับผิดชอบร่วมกับผู้เกี่ยวข้องในชุมชน และมีบุคคลทั้งภายใน และภายนอกชุมชนเป็นที่ปรึกษา และสอดคล้องกับการศึกษาของพิชญ์ ทองฉิม และคณะ (2565) ที่ศึกษารูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตามรอยพระพุทธเจ้าหลวง เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาอย่างยั่งยืน พบว่าควรสร้างโปรแกรมนำเที่ยวแบบเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดที่จะเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยว อีกทั้งงานวิจัยในครั้งนี้ยังพบว่าประชาชนในพื้นที่เส้นทางท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบนมีแนวความคิดและความรู้สึกนึกคิดที่ดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชนโดยเฉพาะประชาชนในเส้นทางหลักของการท่องเที่ยว อีกทั้งค่าใช้จ่ายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังเส้นทางของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีราคาไม่สูงมากนัก ทำให้มีความเหมาะสมในการเดินทางไปเที่ยว นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารและเครื่องดื่มภายในชุมชนที่นักท่องเที่ยวสามารถบริโภคเพื่อประสบการณ์ใหม่ ๆ และได้สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง โดยเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนได้แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น รวมถึงมีความหลากหลายในรูปแบบต่าง ๆ ภายในเส้นทาง ละยังพบว่าการมีมัคคุเทศก์หรือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชนตามเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เป็นการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม มีความสอดคล้องกับการศึกษาของจกมล จันทร์เรือง และคณะ (2562) ที่ศึกษาการค้นหาและถอดองค์ความรู้ทุนชุมชนเพื่อค้นหาเส้นทางท่องเที่ยว

เขตอารยธรรมขอมอีสานใต้-กัมพูชา (พิมาย-นครวัดนครธม) พบว่าเมื่อนำทุน 5 ประเภท คือทุนมนุษย์ (ผู้นำ/ปราชญ์ชุมชน) ทุนสังคม (ประเพณี วัฒนธรรม เรื่องเล่า) ทุนกายภาพ (โบราณสถาน/โบราณวัตถุ) ทุนธรรมชาติ (ภูเขา ป่าไม้ แหล่งน้ำ) และทุนการเงิน (กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน) มาสร้างเรื่องราวเชื่อมโยงกัน จะส่งผลให้เกิดกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. รูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน

ผลการศึกษาการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ ที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ คือการดำเนินการตามหลักบริหารจัดการธุรกิจ จำนวน 4 ด้าน คือ คนหรือบุคคล เงินหรือทุน วัสดุสิ่งของ หรือวัสดุอุปกรณ์หรือวัตถุดิบ และวิธีปฏิบัติงาน โดยมีหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 4 ขั้นตอน คือ 1) การจัดทำแผนโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ หรือหน่วยงานเจ้าของพื้นที่ที่มีการจัดทำแผนเพื่อกำหนดพื้นที่ด้านการท่องเที่ยว 2) การดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัย ความเป็นธรรม และสุขอนามัยในพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว 3) การติดตาม ตรวจสอบ และวัดผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนการดำเนินงาน และเป้าหมาย โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีการร่วมมือกับคนในชุมชน และผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ท่องเที่ยว และ 4) การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การนำเสนอผลการดำเนินงาน และขยายผลเพื่อต่อยอดการดำเนินงาน โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีการร่วมมือกับคนในชุมชน และผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ท่องเที่ยวผ่านการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของนิลกุล วิโรจน์ผดุงพงศ์ และคณะ (2562) ที่ศึกษาการค้นหาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมและสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวระยะสั้นตามเส้นทางเขตอารยธรรมขอมอีสานใต้-กัมพูชา (พิมาย-นครวัดนครธม) โดยชุมชนมีส่วนร่วม พบว่าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรมีแผนการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว และมีความสอดคล้องกับการศึกษาของกุลวดี ละม้ายเงิน และเทิดชาย ช่วยบำรุง (2559) ที่ศึกษาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทาจหวัดสุพรรณบุรี พบว่ากระบวนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีจำนวน 6 ขั้นตอน คือสร้างการมีส่วนร่วม ค้นหาผู้นำ จัดตั้งชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยว วางแผนทางการท่องเที่ยว ดำเนินการตามแผน และติดตามประเมินผล

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 ผลที่ได้จากการศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน มีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1.1 การดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่มีศักยภาพมากที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรรักษาจุดแข็งโดยเฉพาะในเรื่องของคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณีที่สืบค้นได้ในเชิงประจักษ์

1.1.2 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่มีศักยภาพน้อยที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรลดจุดอ่อน โดยเฉพาะในส่วนของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ในการจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวตลอดช่วงเวลาในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

1.2. ผลที่ได้จากการจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน มีข้อเสนอแนะดังนี้

1.2.1 หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน ควรส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวในตำบลหินดาด อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา เช่น พระศรีพิทักษ์ชน สมัยทราวดี

วัดอุทัย ปรารงค์บ้านปรารงค์ ถ้ำบ้านเมืองเพชร คูเมืองบ้านตะคร้อเหนือ-ใต้ และชาหมูหินดาด และแหล่งท่องเที่ยวในตำบลหินโคน อำเภอจักราช จังหวัดนครราชสีมา เช่น เส้าหินอโศก วัดหินโคน สถานีรถไฟศูนย์โลจิสติกส์อีสานใต้ และอ่างเก็บน้ำลำฉะแม

1.2.2 หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน ควรส่งเสริมและสนับสนุนการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของ 2 ตำบล คือตำบลหินดาด อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา และตำบลหินโคน อำเภอจักราช จังหวัดนครราชสีมา ไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในจังหวัดนครราชสีมา เช่น ปราสาทหินพิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา และปราสาทหินพนมวัน อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา รวมถึงเชื่อมโยงไปยังจังหวัดบุรีรัมย์ เช่น ปราสาทหินพนมรุ้ง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ และปราสาทสายฟ้า อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

1.3 ผลที่ได้จากการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบน มีข้อเสนอแนะ คือ ควรพัฒนาการบริหารจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วยการจัดทำแผน (Plan) การดำเนินงานตามหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัย ความเป็นธรรม และสุขอนามัยในพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว (Do) การติดตาม ตรวจสอบ และวัดผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนการดำเนินงาน และเป้าหมาย (Check) และการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานการนำเสนอผลการดำเนินงาน และขยายผลเพื่อต่อยอดการดำเนินงาน (Act)

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาในครั้งต่อไปทั้งในส่วนของคุณภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว เส้นทางการท่องเที่ยว และรูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน ควรศึกษาในเชิงคุณภาพมากขึ้น ด้วยการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือของการวิจัยในการค้นหาข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดในการพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมในพื้นที่บริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน

2.2 ควรนำผลการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำมูลตอนบนไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่และประเมินผลจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ บ้านหินโคน ตำบลหินโคน อำเภอจักราช จังหวัดนครราชสีมา บ้านตะคร้อ ตำบลหินดาด อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา บ้านเมืองเพชร ตำบลหินดาด อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา บ้านหัวสะพาน ตำบลหินดาด อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา บ้านปรารงค์ ตำบลหินดาด อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา และบ้านไทรอ้อ ตำบลเสาร้อย อำเภอหนองหงส์ จังหวัดบุรีรัมย์

2.3 การศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาในกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางการท่องเที่ยวมรดกทางโบราณคดีและวัฒนธรรมบริเวณลุ่มน้ำมูลตอนบน เพื่อที่จะได้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว อันนำไปสู่การปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาแผนการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ให้มีคุณภาพมากขึ้น อันจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น

รายการอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- _____. (2564). คู่มือหลักเกณฑ์ด้านความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- _____. (2565). รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กุลวดี ละม้ายจีน และเทิดชาย ช่วยบำรุง. (มกราคม-มิถุนายน 2559.) “ศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในเขตพื้นที่พิเศษเมืองโบราณอุทกจังหวัดสุพรรณบุรี.” *Life Sciences and Environment Journal*. 17(1) : 190-199.

- จกกล จันทรเรือง และคณะ. (2562). รายงานการวิจัยเรื่องการค้นหาและถอดองค์ความรู้ชุมชนเพื่อค้นหาเส้นทางท่องเที่ยวเขตอารยธรรมขอมอีสานใต้-กัมพูชา (พินาย-นครวัดนครธม). กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ดวงพร อ่อนหวาน และคณะ. (2558). รายงานการวิจัยเรื่องการขยายผลการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านการจัดการความรู้อย่างมีส่วนร่วม. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- นิลุบล วิโรจน์ผดุงพงศ์ และคณะ. (2562). รายงานการวิจัยเรื่องค้นหาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมและสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวระยะสั้นตามเส้นทางเขตอารยธรรมขอมอีสานใต้-กัมพูชา (พินาย-นครวัดนครธม) โดยชุมชนมีส่วนร่วม. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พิฑูรย์ ทองนิม และคณะ. (2565). รูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตามรอยพระพุทธเจ้าหลวง เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลาอย่างยั่งยืน. ใน เอกสารประกอบการประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 13. (หน้า 2670-2681). สงขลา : มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- พิมพ์ระวี ไร่รุ่งสัจด์. (2556). การท่องเที่ยวชุมชน. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรินต์ติ้ง เฮ้าส์.
- วันทนา เนาว์วัน และลายอง ปลั่งกลาง. (2557). รายงานการวิจัยเรื่องพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลบางกระสั้น อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สิน พันธุ์พินิจ. (2551). เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : บริษัทวิทยพัฒน์ จำกัด.

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกทุเรียน ในอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

Cost and Return Analysis of Durian Cultivation in Mueang Prachinburi District, Prachinburi Province

วาสนา แสนมา^{1,*} และ เบญจมาศ อภิสิตปิณโย²

Wasana Sanma^{1,*} and Benjamas Apisitpinyo²

Received 27 October 2025
Revised 16 November 2025
Accepted 20 November 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาต้นทุนการปลูกทุเรียน 2) วิเคราะห์ผลตอบแทนจากการปลูกทุเรียน และ 3) ประเมินความคุ้มค่าทางการเงินของการปลูกทุเรียน กลุ่มตัวอย่างคือเกษตรกรจำนวน 35 ราย ในพื้นที่อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรีที่ปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทองอย่างน้อย 3 ปี มีการบันทึกต้นทุน-รายได้ โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ต้นทุนทางตรง ต้นทุนรวม และตัวชี้วัดความคุ้มค่าทางการเงิน ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ อัตราผลตอบแทนภายใน ระยะเวลาคืนทุน ผลตอบแทนจากการลงทุน และดัชนีความสามารถในการลงทุน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการวิเคราะห์ต้นทุนในการปลูกทุเรียน ตั้งแต่การเตรียมดินจนกระทั่งเก็บเกี่ยวเป็นจำนวนเงิน 195,283.33 บาท 2) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) อยู่ในช่วง 23.13%-152.06% โดยพื้นที่ขนาดเล็กให้ผลตอบแทนสูงกว่าอย่างเด่นชัด ส่วนพื้นที่ขนาดใหญ่มีภาระการจัดการสูงและมีประสิทธิภาพลดลง ส่งผลให้ผลตอบแทนต่อไร่และความคุ้มค่าการลงทุนต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่นทั้งหมด 3) ทุกกลุ่มพื้นที่มีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยมีค่า IRR, ARR, NPV, PI และระยะเวลาคืนทุนอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ แม้ผลตอบแทนแตกต่างกันตามขนาดพื้นที่ โดยพื้นที่ขนาดเล็กถึงปานกลางมีผลตอบแทนเด่นชัดและคืนทุนเร็วที่สุด ขณะที่พื้นที่ขนาดใหญ่มีความคุ้มค่าดีแต่ใช้ระยะเวลาคืนทุนนานกว่าเนื่องจากภาระการจัดการที่สูงขึ้น

คำสำคัญ: การปลูกทุเรียน, การวิเคราะห์ต้นทุน, ผลตอบแทนการลงทุน

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

¹ M.B.A., Student in Master of Accountancy, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

*Corresponding author, e-mail: wasana.sanma1989@gmail.com

² บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล, 2539. รองศาสตราจารย์สังกัดหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

² Master of Business Administration, Wongchawalitkul University, 1996. Associate Professor, Bachelor of Accountancy, Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

Abstract

This research aimed to 1) examine the production costs of durian cultivation, 2) analyze the returns from durian cultivation, and 3) evaluate the financial feasibility of durian cultivation. The sample consisted of 35 farmers in Mueang Prachinburi District, Prachinburi Province, who had cultivated Monthong durian for at least three years and maintained cost–revenue records. Purposive sampling was employed, and data were collected through structured questionnaires and in-depth interviews. The analysis utilized percentage statistics, direct and total cost calculations, and financial feasibility indicators, including Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Payback Period (PP), Return on Investment (ROI), and Profitability Index (PI).

The findings revealed that 1) the total production cost from land preparation to harvest averaged 195,283.33 baht, 2) the return on investment (ROI) ranged from 23.13% to 152.06%, with smaller production areas exhibiting substantially higher returns, while larger areas faced greater management burdens and lower per-rai efficiency; and 3) all area groups demonstrated financial viability, with IRR, ARR, NPV, PI, and payback periods falling within acceptable ranges. Small- to medium-sized farms achieved the highest returns and the shortest payback periods. In contrast, larger farms remained financially viable but required more extended payback periods due to higher management burdens.

Keywords: Durian cultivation, Cost analysis, Return on investment

บทนำ

การปลูกทุเรียนในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจ ทั้งในระดับประเทศและท้องถิ่น แต่ก็เผชิญกับความท้าทายหลายประการ ตั้งแต่ต้นทุนเริ่มต้นในการปลูกทุเรียนค่อนข้างสูง ครอบคลุมตั้งแต่ค่าพันธุ์ การเตรียมดิน ปุ๋ย และการดูแลรักษา รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในการจัดการสวนและการเก็บเกี่ยว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร นอกจากนี้ ทุเรียนยังมีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดโรคและการรุกรานของแมลงศัตรูพืช เช่น โรครา เพลี้ยแป้ง และหนอน ซึ่งต้องใช้สารเคมีและเทคนิคการจัดการที่เหมาะสมในการควบคุม ทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้นและต้องการความรู้เฉพาะทาง สภาพแวดล้อมก็เป็นปัจจัยสำคัญ โดยต้องการสภาพอากาศและดินที่เหมาะสม รวมถึงการจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ และการหาแรงงานที่มีทักษะและการบริหารจัดการที่ดีก็เป็นความท้าทายอีกประการหนึ่ง โดยมีแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม การใช้เทคนิคการจัดการแบบผสมผสาน การให้การฝึกอบรมแก่เกษตรกรและการสนับสนุนจากภาครัฐ ทุเรียนในประเทศไทยสามารถปลูกได้ในหลายจังหวัด โดยเฉพาะในภาคตะวันออก ภาคใต้ ภาคกลาง และบางส่วนของภาคเหนือ โดยแต่ละพื้นที่อาจมีความแตกต่างกันในด้านพันธุ์และเทคนิคการผลิต โดยเฉพาะจังหวัดปทุมธานีที่มีชื่อเสียงในเรื่องของทุเรียนคุณภาพสูง แม้ว่าการปลูกทุเรียนจะมีความท้าทาย แต่ก็มีความศักยภาพสูงในการสร้างรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจ การจัดการกับปัญหาและอุปสรรคอย่างมีระบบ รวมถึงการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้อุตสาหกรรมทุเรียนของไทยมีความยั่งยืนและมีประสิทธิภาพมากขึ้นในระยะยาว ซึ่งจะส่งผลดีต่อเกษตรกร ผู้บริโภค และเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. 2567)

จังหวัดปราจีนบุรีถือเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการปลูกทุเรียน ครอบคลุม 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองปราจีนบุรี กบินทร์บุรี ประจันตคาม ศรีมหาโพธิ์ และนาดี สภาพแวดล้อมของจังหวัดปราจีนบุรีเหมาะสมกับการปลูกทุเรียน ด้วยลักษณะดินร่วนปนทรายชั้นบน และหินผุกับศิลาแลงชั้นล่าง ทำให้ระบายน้ำได้ดี นอกจากนี้ยังมีภูมิอากาศ ปริมาณน้ำฝน และความชื้นสัมพัทธ์ที่เอื้ออำนวย ส่งผลให้ทุเรียนปราจีนบุรีมีรสชาติหวานมันและกลิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ทุเรียนปราจีนบุรีมีทั้งสายพันธุ์การค้าและพันธุ์พื้นเมือง สายพันธุ์การค้าที่นิยมปลูก ได้แก่ ก้านยาว หมอนทอง ชะนี และกระดุมทอง ส่วนสายพันธุ์พื้นเมือง เช่น กบขายน้า ชมพูศรี และกำป่น จากการศึกษาในอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า เกษตรกรที่ปลูกทุเรียน ซึ่งครอบคลุม 13 ตำบล โดยรวมทั้งหมดมีเกษตรกรที่ปลูกทุเรียนประมาณ 157 ราย มีพื้นที่ปลูกทุเรียนรวม 2,770 ไร่ โดยมีพื้นที่ที่ให้ผลผลิตแล้ว 1,574 ไร่ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2567) อย่างไรก็ตาม การปลูกทุเรียนในปราจีนบุรียังคงเผชิญความท้าทายหลายประการ และในปัจจุบันเกษตรกรเริ่มนำเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือนวัตกรรมมาใช้ เช่น ระบบน้ำหยด การใช้โดรนในการตรวจสอบสุขภาพพืช การใช้ปุ๋ยชีวภาพ หรือแอปพลิเคชันในการบริหารจัดการฟาร์ม แต่ยังขาดการวิเคราะห์ด้านต้นทุนและผลตอบแทนทำให้เกษตรกร ทำให้ไม่สามารถวางแผนต้นทุนหรือประเมินความคุ้มค่าได้อย่างเป็นระบบ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกทุเรียนในอำเภอเมืองปราจีนบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงปริมาณที่สะท้อนความเป็นจริงในการลงทุน และสามารถนำไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง หรือสนับสนุนเชิงนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาด้านทุนในการปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ในเขตอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี
2. เพื่อศึกษาผลตอบแทนในการปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ในเขตอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี
3. เพื่อประเมินความคุ้มค่าทางการเงินการปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ในเขตอำเภอเมืองปราจีนบุรี

จังหวัดปราจีนบุรี

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เกษตรกรทราบต้นทุนและผลตอบแทนในการปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทองในพื้นที่อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี
2. การลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิต สามารถช่วยให้เกษตรกรปรับปรุงวิธีการปลูกทุเรียน ได้แก่ การจัดการน้ำ ปุ๋ย และการควบคุมโรค ซึ่งเป็นประโยชน์ในการจัดการทรัพยากร ได้แก่ น้ำและปุ๋ย ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยจะช่วยลดค่าใช้จ่าย
3. หน่วยงานภาครัฐมีข้อมูลในการวางแผนส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทอง
4. เป็นฐานข้อมูลสำหรับการวิจัยต่อยอดเกี่ยวกับการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทุเรียนพันธุ์หมอนทอง

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต

1.1 ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs: FC)

ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs: FC) หมายถึง ต้นทุนที่มีค่าคงเดิมหรือเปลี่ยนแปลงน้อยมากเมื่อระดับปริมาณการผลิตเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ ไม่ว่าผู้ผลิตจะผลิตมากหรือน้อย ต้นทุนคงที่ก็ยังคงเกิดขึ้นในจำนวน

ใกล้เคียงเดิม (Goolsbee, Levitt & Syverson. 2022) ต้นทุนประเภทนี้เป็นส่วนสำคัญในการวิเคราะห์ต้นทุนและโครงสร้างเศรษฐศาสตร์การผลิต เพราะสะท้อนภาระผูกพันของผู้ประกอบการในการดำเนินกิจการโดยเฉพาะในการทำ ความเข้าใจต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตช่วยให้ทราบถึงการใช้ทรัพยากรและสามารถตัดสินใจได้ดีขึ้นเกี่ยวกับการลงทุน และด้านการบริหารจัดการต้นทุน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2567) ต้นทุนคงที่ ประกอบด้วย

1.1.1 วัสดุดิบ (Materials) คือส่วนหนึ่งที่สำคัญของการดูแลการปลูกผลผลิตให้ได้ประสิทธิภาพวัตถุดิบแบ่งออกเป็น 2 แบบ (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2566) ดังนี้

- วัสดุดิบทางตรง (Direct materials) คือ วัสดุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้า และมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิต โดยสามารถระบุและคำนวณปริมาณและต้นทุนได้อย่างแม่นยำ วัสดุดิบทางตรงเป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทหลักในการสร้างผลิตภัณฑ์สุดท้าย เช่น ปุ๋ยเคมี ดิน และน้ำ เป็นต้น

- วัสดุดิบทางอ้อม (Indirect materials) คือ วัสดุดิบที่ใช้ในการดูแลและสนับสนุนกระบวนการผลิต แต่ไม่ใช่วัสดุดิบหลักที่ใช้โดยตรงในการผลิต ซึ่งมีความสำคัญในการรักษาและสนับสนุนกระบวนการผลิต แต่ไม่สามารถระบุหรือคำนวณต้นทุนได้โดยตรงเหมือนวัสดุดิบทางตรง เช่น ยาฆ่าแมลง ปุ๋ยอินทรีย์ เครื่องสูบน้ำ เครื่องฉีดพ่นยา และค่าซ่อมแซมเครื่องจักร เป็นต้น

1.1.2 ค่าแรงงาน (Labor) หมายถึง ค่าจ้างหรือผลตอบแทนที่จ่ายให้กับคนงานหรือลูกจ้าง ค่าแรงงานสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก (Freund, Mattoo & Antras. 2020) ได้แก่

- ค่าแรงงานทางตรง (Direct labor) คือ ค่าแรงที่จ่ายให้กับคนงานที่ทำงานโดยตรงในการผลิต ซึ่งมีความสำคัญต่อการผลิต เช่น ค่าจ้างคนงานในการเพาะปลูกผลผลิต ค่าจ้างคนงานที่ทำการตัดหญ้า ค่าจ้างคนงานที่ฉีดพ่นยาฆ่าแมลง ค่าจ้างคนงานที่เตรียมดิน เป็นต้น

- ค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect labor) คือ ค่าแรงที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากค่าแรงงานทางตรง ซึ่งสนับสนุนกระบวนการผลิตแต่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ค่าจ้างสำหรับการซ่อมแซมเครื่องจักร (เช่น เครื่องตัดหญ้า) ค่าจ้างบุคคลที่ทำงานด้านบริหารหรือสนับสนุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยตรงในการผลิต

1.1.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing overhead) หมายถึง ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูป แต่ไม่สามารถระบุได้โดยตรงว่ามาจากวัสดุดิบหรือค่าแรงงาน โดยค่าใช้จ่ายเหล่านี้มีลักษณะเป็นการสนับสนุนหรือให้ประโยชน์ทางอ้อมในการผลิตสินค้า ซึ่งต้องมีการจัดสรรให้เหมาะสมกับต้นทุนสินค้า ผลรวมของค่าใช้จ่ายในการผลิตสามารถแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพลังงาน (Utilities) และค่าเสื่อมราคา (Depreciation) (Nicholson & Snyder. 2020)

1.2 ต้นทุนผันแปร (Variable cost)

ต้นทุนผันแปร (Variable cost) หมายถึง ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงตามระดับปริมาณการผลิต หรือปริมาณกิจกรรมของธุรกิจ กล่าวคือ เมื่อมีการผลิตเพิ่มขึ้น ต้นทุนผันแปรจะเพิ่มขึ้นในอัตราส่วนที่สัมพันธ์กับผลผลิต และเมื่อการผลิตลดลง ต้นทุนผันแปรก็จะลดลงตามไปด้วย (Horngren, Datar & Rajan. 2021)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลตอบแทน

การวิเคราะห์ผลตอบแทนเป็นกระบวนการประเมินความคุ้มค่าของการลงทุนโดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนและผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยอาศัยหลักมูลค่าเงินตามเวลาและเทคนิคการวิเคราะห์ทางการเงิน ดังนี้

2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) NPV เป็นการนำกระแสเงินสดสุทธิในอนาคตมาคิดลดด้วยอัตราคิดลด (Discount Rate) แล้วนำมาหักลบกับเงินลงทุนเริ่มต้น หากผลลัพธ์เป็นบวก หมายถึงโครงการสามารถสร้าง “มูลค่าเพิ่ม” ให้กับผู้ลงทุน (Ross, Westerfield & Jordan. 2021)

2.2 อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) เป็นเทคนิคการประเมินโครงการลงทุนที่อยู่ในกลุ่ม การวิเคราะห์กระแสเงินสดคิดลด (Discounted Cash Flow: DCF) ใช้เพื่อวัดอัตราผลตอบแทนเฉลี่ยต่อปีที่โครงการสามารถสร้างได้ โดย IRR คืออัตราคิดลดที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ของโครงการเท่ากับศูนย์ (Ross, Westerfield & Jordan. 2021)

2.3 อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) เป็นเครื่องมือทางการเงินที่ใช้วัดผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนได้รับเมื่อเทียบกับจำนวนเงินลงทุนที่ใช้ไป โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อประเมิน “ระดับความคุ้มค่า” และ “ประสิทธิภาพการใช้เงินลงทุน” ของโครงการหรือกิจกรรมทางธุรกิจ เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของความคุ้มค่าการลงทุนและขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และต้นทุน (Atrill & McLaney. 2022)

2.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) เป็นวิธีการประเมินโครงการลงทุนที่ใช้วัดช่วงเวลาที่ใช้โครงการสามารถสร้างกระแสเงินสดสุทธิได้เพียงพอเพื่อชดเชยเงินลงทุนเริ่มต้นทั้งหมด เป็นวิธีการพื้นฐานในกลุ่มการวิเคราะห์การลงทุนที่เน้น “ความเร็วในการคืนทุน” มากกว่าการวัดมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ในระยะยาว (Atrill & McLaney. 2022)

2.5 อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return: ARR) เป็นวิธีการประเมินโครงการลงทุนที่ใช้ข้อมูลทางบัญชีเป็นพื้นฐาน โดยวัดผลตอบแทนของโครงการจากกำไรเฉลี่ยต่อปีเทียบกับเงินลงทุนเฉลี่ย หรือเงินลงทุนเริ่มต้นของโครงการ วิธีการนี้จะจัดอยู่ในกลุ่มบัญชีเพื่อการบริหาร (Management Accounting) ซึ่งเน้นการใช้ข้อมูลทางบัญชีแทนกระแสเงินสดจริง (Atrill & McLaney. 2022)

2.6 ดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index: PI) เป็นวิธีการประเมินโครงการลงทุนที่อยู่ในกลุ่มเทคนิคการวิเคราะห์กระแสเงินสดคิดลด (Discounted cash flow techniques) ซึ่งใช้เพื่อพิจารณาความคุ้มค่าของโครงการโดยเปรียบเทียบ “มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ทั้งหมด (Present value of future cash inflows)” กับ “เงินลงทุนเริ่มต้น (Initial investment)” ของโครงการ (Atrill & McLaney. 2022)

3. มาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุน จำเป็นต้องมีเครื่องมือทางการเงินและระบบบัญชีที่สามารถสะท้อนภาพรวมของกิจกรรมการผลิตได้อย่างแม่นยำ หนึ่งในเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญคือมาตรฐานการบัญชี ซึ่งเป็นแนวทางในการบันทึก ตีความ และแสดงข้อมูลทางการเงินของกิจกรรมเกษตรกรรมให้เป็นไปตามหลักวิชาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 41 เรื่องเกษตรกรรม และฉบับที่ 16 เรื่องที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ ได้ถูกนำมาใช้ในการจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพืชที่ให้ผลผลิต ซึ่งต้องมีการวางแผนต้นทุนและติดตามรายได้อย่างเป็นระบบ

3.1 มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 41 เน้นการจัดการ “สินทรัพย์ชีวภาพ” ซึ่งในบริบทของการปลูกทุเรียน หมายถึงต้นทุเรียนที่สามารถให้ผลผลิตได้ เช่น ผลทุเรียน มาตรฐานนี้กำหนดให้ต้นทุเรียนถูกจัดเป็นสินทรัพย์ และต้นทุนที่เกิดขึ้น ตั้งแต่การเตรียมแปลงปลูก เช่น ค่าต้นกล้า ค่าปุ๋ย ค่ายาป้องกันแมลง หรือค่าแรงงานการดูแลรักษา จะถูกบันทึกไว้เป็นมูลค่าสะสมของสินทรัพย์ชีวภาพ ทั้งนี้เพราะต้นทุเรียนยังไม่ให้ผลผลิตในทันที แต่จะเจริญเติบโตต่อเนื่องจนกระทั่งสามารถเก็บเกี่ยวได้ มาตรฐานนี้จึงช่วยให้ผู้ประกอบการหรือเกษตรกรสามารถรับรู้ต้นทุนที่แท้จริงในแต่ละรอบปีของการผลิต และสามารถแยกความแตกต่างระหว่าง “สินทรัพย์ชีวภาพ” กับ “ผลิตผลทางการเกษตร” ได้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการประเมินมูลค่าและรายได้ที่เกิดขึ้นจริงเมื่อมีการเก็บเกี่ยวผลผลิต

3.2 มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 16 ได้กำหนดแนวทางการจัดการทรัพย์สินที่ใช้ในการผลิต ซึ่งในบริบทของการปลูกทุเรียน หมายถึง ต้นทุเรียนที่ปลูกเพื่อให้ผลผลิตในระยะยาว จะถูกบันทึกเป็น "สินทรัพย์ถาวร" และต้องมีการคำนวณค่าเสื่อมราคาในแต่ละปี ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยหรือเกษตรกรสามารถวิเคราะห์ต้นทุนทางบัญชีในเชิงเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการลงทุนเริ่มต้นจะถูกกระจายออกเป็นต้นทุนต่อปี ทำให้สามารถเปรียบเทียบกับรายได้ในแต่ละปีเพื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนสุทธิ (Net return) ได้ชัดเจนขึ้น

นอกจากนี้ รายได้ที่เกิดจากการเก็บเกี่ยวผลทุเรียน จะต้องประเมินมูลค่าตามราคาตลาด ณ วันเก็บเกี่ยวตามหลักของมาตรฐานที่ 41 แล้วจึงบันทึกเป็นรายได้หรือสินค้างเหลือ ซึ่งเป็นการวางระบบบัญชีที่แม่นยำและรองรับการใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของการลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการคำนวณอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (ARR) ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) หรือดัชนีการทำความกำไร (PI) ได้

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จารุณี พงษ์พิยเดช กฤษณา รุ่งโรจน์วณิชย์ และชูชาติ พ่วงสมจิตร (2563) ศึกษาการจัดการการผลิตทุเรียนเพื่อทดแทนพืชไร่ของเกษตรกรในตำบลคลองม่วง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจผลิตทุเรียน รูปแบบการจัดการการผลิต และปัจจัยส่งเสริม-อุปสรรคในการดำเนินการปลูกทุเรียน ใช้การสังเกตและการสัมภาษณ์เชิงลึกเกษตรกรผู้ประสบความสำเร็จจำนวน 3 สวน ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจปลูกทุเรียนเกิดจากราคาพืชไร่ที่ลดลง ความเหมาะสมของพื้นที่ และความสะดวกด้านคมนาคม ด้านการจัดการพบว่าเกษตรกรรสนหลักวิชาการกับประสบการณ์เดิม พร้อมแสวงหาความรู้เพิ่มเติมจากเอกสาร สื่อ และการศึกษาดูงาน ส่งผลให้ผลผลิตเป็นที่ต้องการของตลาด ปัจจัยส่งเสริม ได้แก่ ราคาทุเรียนสูง เครื่องมือพร้อม เงินทุนเพียงพอ และมีตลาดรองรับ ขณะที่ปัจจัยอุปสรรคคือความจำเป็นต้องเรียนรู้ขั้นตอนการผลิตที่แตกต่างจากพืชไร่

ธิดารัตน์ จันทรสอน และอรุณ คงรุ่งโชค (2563) ศึกษาความคุ้มค่าของการปลูกทุเรียนหมอนทองอย่างยั่งยืนในเขตภาคใต้ตอนบน มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินที่เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนหมอนทองได้รับเมื่อตัดสินใจปลูกทุเรียนหมอนทอง และค้นหาวิธีการปลูกทุเรียนหมอนทองให้เกิดความยั่งยืนมากที่สุดในพื้นที่ภาคใต้ตอนบน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเก็บข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนหมอนทอง 397 ราย ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนหมอนทองมีเนื้อที่ปลูกทุเรียน หมอนทอง 11-20 ไร่ มีการปลูก 21-25 ต้นต่อไร่ โดยเกษตรกรมีการคัดเลือกพันธุ์เป็นอย่างดี เพื่อให้ได้มาซึ่งต้นทุเรียนที่มีความแข็งแรงทนทานต่อโรค ทำให้ต้นทุเรียนเกิดความยั่งยืน ไม่เสี่ยงต่อการเกิดโรค ซึ่งความคุ้มค่าในทางการเงินเพื่อตัดสินใจปลูกทุเรียน หมอนทองในระยะเวลา 20 ปี โดยสรุปคือมีระยะคืนทุน (PBP) อยู่ที่ 8-25 ปี ซึ่งระยะเวลาคืนทุนเป็นเครื่องมือในการประเมินความเป็นไปได้ของการลงทุนอย่างง่ายและไม่ซับซ้อน เป็นการประเมินที่รวดเร็ว ซึ่งในกรณีที่อัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน (BCR) มีค่า มากกว่า 1 นับว่าเป็นค่าที่ยอมรับได้ที่น่าไปสู่การตัดสินใจลงทุนในการปลูกทุเรียนหมอนทองอย่างคุ้มค่าและเกิดความยั่งยืนมากที่สุด

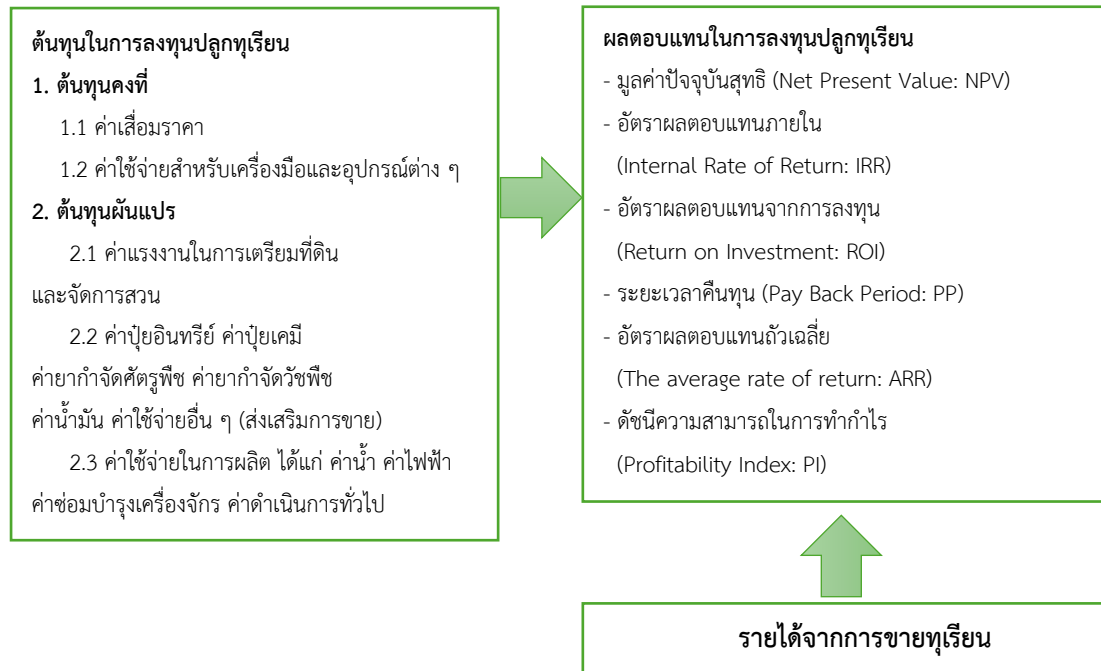
ณัฐริการ์ มากท่าชะ และพวงเพ็ญ ชูรินทร์ (2564) ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกทุเรียนของเกษตรกร หมู่ที่ 13 ตำบลนาขา อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาด้านทุนการปลูกทุเรียน ตั้งแต่การเตรียมดิน จนกระทั่งเก็บเกี่ยวผลทุเรียน รายได้ที่ได้รับจากการลงทุนปลูกทุเรียน และวิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุนปลูกทุเรียน ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากเกษตรกรชาวสวนทุเรียนของหมู่ 13 ตำบลนาขา อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร จำนวน 196 ราย ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการวิเคราะห์ต้นทุนการปลูกทุเรียน ตั้งแต่การเตรียมดิน จนกระทั่งเก็บเกี่ยวผลทุเรียนเป็นจำนวนเงิน 121,518.06 บาท 2) รายได้ที่ได้

ได้รับจากการลงทุนปลูกทุเรียน รวมรายได้เฉลี่ยระหว่างปีที่ 6-20 ปี เป็นจำนวนเงิน 13,157,957.22 บาท และ 3) วิเคราะห์ผลตอบแทนของการลงทุนปลูกทุเรียน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 4,345,100.65 บาท โดยมีอัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนร้อยละ 53 ระยะเวลาคืนทุน 5 ปี 7 เดือน 6 วัน และอัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ยร้อยละ 361

ธนฤต นิมภาณุจนา และคณะ (2565) ศึกษาแบบการปลูกทุเรียนของเกษตรกร อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแบบการปลูกทุเรียน ต้นทุนการผลิตทุเรียน และการวิเคราะห์ศักยภาพ และสภาพแวดล้อมการปลูกทุเรียนรูปแบบต่าง ๆ ของเกษตรกร อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เก็บข้อมูลจากเกษตรกร จำนวน 45 คน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการปลูกทุเรียนของเกษตรกร จำแนกได้เป็น 3 รูปแบบหลัก ดังนี้ 1) การปลูกทุเรียนเชิงเดี่ยว 2) การปลูกทุเรียนแบบผสมผสาน และ 3) การปลูกทุเรียนแบบวนเกษตร ส่วนต้นทุนการผลิตทุเรียนของเกษตรกร การปลูกทุเรียนเชิงเดี่ยวมีต้นทุนสูงที่สุด รองลงมา คือ การปลูกทุเรียนแบบผสมผสาน โดยการปลูกทุเรียนแบบวนเกษตรมีต้นทุนต่ำที่สุด ส่วนการวิเคราะห์ศักยภาพและสภาพแวดล้อมในการปลูกทุเรียนรูปแบบต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้ 1) การปลูกทุเรียนเชิงเดี่ยว ให้ผลผลิต และรายได้สูง แต่ก็มีต้นทุนการผลิตที่สูง ขาดความหลากหลายของสายพันธุ์หรือชนิดพืชปลูก 2) การปลูกทุเรียนแบบผสมผสาน มีความหลากหลายของสายพันธุ์และชนิดพืชปลูก เกษตรกรมีรายได้ที่หลากหลายตลอดปี แต่ขาดการจัดการต้นทุเรียนที่ดี และ 3) การปลูกทุเรียนแบบวนเกษตร ให้ผลผลิตค่อนข้างสูง มีสายพันธุ์ที่หลากหลาย ต้นทุนการผลิตต่ำ แต่ขาดการจัดการดูแลที่ดี ทำให้ผลทุเรียนไม่สมบูรณ์ จะเห็นได้ว่า การปลูกทุเรียนรูปแบบที่แตกต่างกัน มีความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม การจัดการฟาร์ม การลงทุน และผลของการทำฟาร์มที่เกษตรกรได้รับ ดังนั้น เกษตรกรอาจเลือกปลูกทุเรียนในรูปแบบที่เหมาะสมกับศักยภาพของตนเอง หรือตามเป้าหมายที่ต้องการได้

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกทุเรียนในอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี” ดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิดที่อ้างอิงจากหลักเศรษฐศาสตร์เกษตรและแนวคิดทางการเงิน โดยมุ่งเน้นการใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์การลงทุน (Investment analysis theory) แนวคิดดังกล่าวช่วยให้สามารถประเมินต้นทุนการผลิต รายได้ และผลตอบแทนที่เกษตรกรจะได้รับ รวมถึงการใช้เครื่องมือทางการเงินเพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าและผลตอบแทนในระยะยาวอย่างเป็นระบบและมีหลักเกณฑ์ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจลงทุนในภาคเกษตรกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ ดังปรากฏในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกทุเรียนในอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาในรูปแบบวิจัยเชิงปริมาณแบบภาคสนาม (Field survey research) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนในพื้นที่ศึกษา และดำเนินการวิเคราะห์เชิงการเงินด้วยวิธีการทางเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ การคำนวณต้นทุนทางตรง ต้นทุนรวม และประเมินความคุ้มค่าทางการเงินในการปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ในเขตอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PP) อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (The average rate of return method: ARR) ดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index: PI) ซึ่งมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ เกษตรกรที่ปลูกทุเรียนในอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งครอบคลุม 13 ตำบล โดยรวมทั้งหมดมีเกษตรกรที่ปลูกทุเรียนประมาณ 157 ราย มีพื้นที่ปลูกทุเรียนรวม 2,770 ไร่ โดยมีพื้นที่ที่ให้ผลผลิตแล้ว 1,574 ไร่ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2567)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากการศึกษครั้งนี้เน้นการวิเคราะห์เชิงลึกและใช้เกณฑ์คัดเลือกเฉพาะ โดยคัดเลือกเกษตรกรที่ปลูกทุเรียนเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี มีการบันทึกข้อมูลด้านต้นทุนและรายได้จากการขายผลผลิต จึงมีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นครั้งนี้ จำนวน 35 ราย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านการคัดเลือก

จำนวนพื้นที่ปลูกทุเรียน	จำนวนเกษตรกรที่เก็บข้อมูล
จำนวน 1-3 ไร่	16 คน
จำนวน 4-6 ไร่	11 คน
จำนวน 7-9 ไร่	2 คน
จำนวน 10-12 ไร่	5 คน
มากกว่าจำนวน 12 ไร่	1 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกทุเรียนในอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี โดยผู้วิจัยจัดทำขึ้นเอง ประกอบไปด้วยแบบสอบถาม 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการปลูกทุเรียนและการนำนวัตกรรมมาใช้ เช่น การเตรียมดิน การเลือกต้นกล้าพันธุ์ทุเรียน การให้น้ำและปุ๋ย การป้องกันและรักษาโรค นวัตกรรมที่ใช้เทคโนโลยีหรือวิธีการใหม่ ๆ ที่นำมาใช้ในการปลูกและดูแลทุเรียน เป็นต้น

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนในการปลูกทุเรียน เช่น ต้นทุนการเตรียมดิน ต้นทุนต้นกล้าและปุ๋ย ต้นทุนการดูแล ต้นทุนแรงงาน

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะผลตอบแทนและรายได้ที่ได้รับจากการลงทุนปลูกทุเรียน รายได้จากการขายผลผลิต

ตอนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร เช่น ปัญหาสภาพอากาศ ปัญหาด้านแรงงาน และข้อเสนอแนะ

ทั้งนี้ การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาให้คะแนนความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในความเหมาะสมของภาษาและให้ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงข้อคำถาม จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างประเด็นคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ได้ค่า IOC มีค่าเท่ากับ 0.70 และนำมาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) กับเกษตรกรปลูกทุเรียน จำนวน 10 ราย ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) = 0.85

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ติดต่อประสานงานกับสำนักงานเกษตรอำเภอพื้นที่อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี เพื่อขอรายชื่อเกษตรกรที่ปลูกทุเรียนในพื้นที่อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

ขั้นตอนที่ 2 คัดเลือกเกษตรกรที่ปลูกทุเรียนเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี และมีการบันทึกข้อมูลด้านต้นทุนและรายได้จากการขายผลผลิตในพื้นที่อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

ขั้นตอนที่ 3 ประสานงานผู้นำชุมชนและนักวิชาการเกษตรอำเภอเพื่อขอลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามโดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และระยะเวลาการสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 4 เมื่อได้รับการอนุญาตให้เข้าเก็บข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการนัดหมายวันและเวลาล่วงหน้า

ขั้นตอนที่ 5 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลที่พื้นที่ปลูกทุเรียนของเกษตรกร ใช้เวลา 30-45 นาที

ขั้นตอนที่ 6 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการปลูกทุเรียนและการนำนวัตกรรมมาใช้ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนในการปลูกทุเรียน นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean)

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะผลตอบแทนและรายได้ที่ได้รับจากการลงทุนปลูกทุเรียน รายได้จากการขายผลผลิต นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Mean)

ตอนที่ 5 ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร นำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) วิเคราะห์คำตอบจากคำถามปลายเปิด เพื่อสรุปปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย

จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ตามเครื่องมือทางการเงินโดยใช้วิธีคำนวณ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PP) อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (The average rate of return method: ARR) ดัชนีการทำกำไร (Profitability Index: PI)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนในพื้นที่อำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 69 เพศหญิงมีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 31 โดยเกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และช่วงอายุ 30-40 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ในส่วนของระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 31 การศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 23 คน และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาต้นทุนในการปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ในเขตอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนคงที่ ค่าแรงงานในการเตรียมที่ดิน และจัดการสวน ได้แก่ ค่าสำรวจที่ดินและวิเคราะห์ดิน ค่าออกแบบและวางผังสวน ค่าปรับพื้นที่สวน ค่าถางป่าและกำจัดวัชพืช ค่าไถพรวนดิน พบว่าเกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 1-3 ไร่ มีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 4,933.33-17,400.00 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 4-6 ไร่ มีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 3,700.00-5,200.00 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 7-9 ไร่ มีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 3,350.00 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 10-12 ไร่ มีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 2,566.67-3,580.00 บาทต่อไร่ และเกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียนมากกว่า 12 ไร่ มีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 2,790.00 บาทต่อไร่

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าปุ๋ยอินทรีย์ ค่าปุ๋ยเคมี ค่ายากำจัดศัตรูพืช ค่ายากำจัดวัชพืช ค่าน้ำมัน ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ (ส่งเสริมการขาย) พบว่า เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 1-3 ไร่ มีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 7,146.67-37,235.00 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 4-6 ไร่ มีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 6,998-14,117.50 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 7-9 ไร่ มีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 8,278.75-8,405.00 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 10-12 ไร่ มีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 8,082.50-13,247.00 บาทต่อไร่ และเกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียนมากกว่า 12 ไร่ มีต้นทุนเฉลี่ยอยู่ที่ 13,586 บาท

2.3 ผลการวิเคราะห์ค่าคำนวณเสื่อมราคา โดยใช้วิธีเส้นตรง พบว่า เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 1-3 ไร่ มีค่าคำนวณเสื่อมราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 525.00-2,137.50 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 4-6 ไร่ มีค่าคำนวณเสื่อมราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 316.00-562.50 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 7-9 ไร่ มีค่าคำนวณเสื่อมราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 321.25-416.25 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 10-12 ไร่ มีค่าคำนวณเสื่อมราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 224.60-385.00 บาทต่อไร่ และเกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียนมากกว่า 12 ไร่ มีค่าคำนวณเสื่อมราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 284.50 บาท

2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าใช้จ่ายในการผลิต ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าซ่อมบำรุงเครื่องจักร ค่าดำเนินการทั่วไป พบว่า เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 1-3 ไร่ มีค่าใช้จ่ายในการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ 2,833.33-5,750.00 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 4-6 ไร่ มีค่าใช้จ่ายในการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ 1,750.00-2,750.00 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 7-9 ไร่ มีค่าใช้จ่ายในการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ 2,250.00 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 10-12 ไร่ มีค่าใช้จ่ายในการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ 1,020.00-1,900.00 บาทต่อไร่ และเกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียนมากกว่า 12 ไร่ มีค่าใช้จ่ายในการผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ 1,425.00 บาท

2.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการทำสวนทุเรียน ได้แก่ สายยางไมโคร เครื่องตัดหญ้า กรรไกรตัดแต่ง ถังยา จอบ เครื่องสูบน้ำ เครื่องพ่นยา สแลน กรรไกร มีดพรวน ต้นไม้ไผ่ เสียม เชือกขึงสแลน เครื่องเจาะน้ำบาดาล หัวสปริงเกอร์ พบว่า เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 1-3 ไร่ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 12,466.67-22,970 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 4-6 ไร่ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 6,618.33-11,145.00 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 7-9 ไร่ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 5,300.00-5,440.00 บาทต่อไร่ เกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียน จำนวน 10-12 ไร่ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 3,515.00-4,496.00 บาทต่อไร่ และเกษตรกรกลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียนมากกว่า 12 ไร่ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 2,897.00 บาท

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาผลตอบแทนในการปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ในเขตอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

การปลูกทุเรียนเป็นธุรกิจการเกษตรที่ให้ผลตอบแทนสูงและมีความคุ้มค่าในการลงทุน โดยมีอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังอยู่ในช่วง 34.34% ถึง 152.06% ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพที่ดีของธุรกิจนี้ เมื่อพิจารณาจากพื้นที่การปลูกทุเรียน จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 35 ราย พบว่า

กลุ่มที่ 1 เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียนขนาด 1-3 ไร่ เป็นกลุ่มพื้นที่ขนาดเล็ก ซึ่งมีจำนวนต้นทุเรียนประมาณ 50-70 ต้น พบว่ามีเกษตรกรในกลุ่มนี้จำนวนทั้งสิ้น 16 ราย ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยต่อไร่ต่อปีอยู่ในช่วง 140,000-260,000 บาท ในขณะที่ต้นทุนดำเนินงานเฉลี่ยต่อไร่อยู่ที่ 80,000-239,000 บาท เมื่อก้าวเข้าสู่ปีที่สามารให้ผลผลิตแล้ว พบว่ามีกำไรสุทธิเฉลี่ยต่อไร่อยู่ที่ 20,817-347,500 บาท ด้านความคุ้มค่าการลงทุน พบว่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) มีค่าอยู่ระหว่าง 47.36-152.06% โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

92.68% ซึ่งจัดอยู่ในระดับ “คุ้มค่ามาก” สำหรับกลุ่มพื้นที่ขนาดเล็ก นอกจากนี้ การดำเนินงานในพื้นที่ขนาดเล็กยังมีความคล่องตัวสูง ต้นทุนการดำเนินงานต่ำ และสามารถควบคุมคุณภาพการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผลตอบแทนต่อหน่วยพื้นที่อยู่ในระดับสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มพื้นที่อื่น

กลุ่มที่ 2 เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียนขนาด 4-6 ไร่ เป็นกลุ่มพื้นที่ขนาดปานกลาง มีจำนวนต้นทุเรียนประมาณ 100-150 ต้น รวมเกษตรกร 11 ราย ผลการวิเคราะห์พบว่าเกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยต่อไร่ต่อปีอยู่ในช่วง 240,000-260,000 บาท ขณะที่ต้นทุนดำเนินงานเฉลี่ยต่อไร่อยู่ที่ 55,000-121,000 บาท เมื่อก้าวเข้าสู่ปีที่ให้ผลผลิตแล้ว มีกำไรสุทธิเฉลี่ยต่อไร่อยู่ที่ 95,750-289,875 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) อยู่ระหว่าง 40.26-107.78% โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 73.77% จัดอยู่ในระดับคุ้มค่า แม้ว่าจะต่ำกว่ากลุ่มพื้นที่ขนาดเล็ก แต่ยังสามารถถึงประสิทธิภาพด้านการจัดการสวนและผลผลิตเฉลี่ยที่สามารถสร้างผลตอบแทนได้อย่างเหมาะสมในหลายราย

กลุ่มที่ 3 เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียนขนาด 7-9 ไร่ เป็นพื้นที่ขนาดปานกลางค่อนข้างใหญ่ มีจำนวนต้นทุเรียนประมาณ 180-200 ต้น รวมเกษตรกร 2 ราย ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยต่อไร่ต่อปีอยู่ที่ 195,000-240,000 บาท ต้นทุนดำเนินงานเฉลี่ยต่อไร่อยู่ที่ 52,000-55,000 บาท เมื่อก้าวเข้าสู่ปีที่ให้ผลผลิตแล้ว มีกำไรสุทธิเฉลี่ยต่อไร่อยู่ที่ 202,500-225,416 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) อยู่ที่ 53.77% และ 56.57% มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 55.17% ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าการเพิ่มขนาดพื้นที่เริ่มส่งผลต่อค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน การบำรุงรักษา และภาระการจัดการที่สูงขึ้น ส่งผลให้ผลตอบแทนต่อไร่มีแนวโน้มลดลงเมื่อเทียบกับกลุ่มพื้นที่ขนาดเล็กกว่า

กลุ่มที่ 4 เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียนขนาด 10-12 ไร่ เป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ มีจำนวนต้นทุเรียนประมาณ 211-300 ต้น รวมเกษตรกร 5 ราย ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยต่อไร่ต่อปีอยู่ในช่วง 240,000-280,000 บาท ขณะที่ต้นทุนดำเนินงานเฉลี่ยต่อไร่อยู่ที่ 33,000-60,000 บาท เมื่อก้าวเข้าสู่ปีที่ให้ผลผลิตแล้ว มีกำไรสุทธิเฉลี่ยต่อไร่อยู่ที่ 208,521-347,500 บาท อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) อยู่ในช่วง 34.34-59.19% โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 51.64% ซึ่งถือว่าค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการขยายขนาดพื้นที่ทำให้ต้นทุนการจัดการสวนเพิ่มขึ้น ทั้งด้านแรงงาน การดูแลรักษา และการควบคุมคุณภาพผลผลิต อีกทั้งมีความเสี่ยงต่อการสูญเสียผลผลิตที่มากขึ้น ซึ่งล้วนส่งผลให้ผลตอบแทนสุทธิและค่า ROI ลดลง

กลุ่มที่ 5 เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียนขนาดมากกว่า 12 ไร่ เป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ที่สุด และมีเกษตรกรเพียง 1 ราย โดยพบว่าพื้นที่ปลูกทุเรียนขนาดมากกว่า 12 ไร่ นี้ คือพื้นที่ปลูกทุเรียนขนาด 20 ไร่ มีจำนวนต้นทุเรียนประมาณ 400 ต้น ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยต่อไร่ต่อปีเท่ากับ 180,000 บาท ขณะที่ต้นทุนดำเนินงานเฉลี่ยต่อไร่อยู่ที่ 8,912 บาท เมื่อก้าวเข้าสู่ปีที่ให้ผลผลิตแล้ว มีกำไรสุทธิเฉลี่ยต่อไร่อยู่ที่ 141,088 บาท โดยมีค่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เท่ากับ 23.13% ซึ่งเป็นค่าต่ำที่สุดในกลุ่มทั้งหมด ผลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าพื้นที่ขนาดใหญ่มีความซับซ้อนในด้านการบริหารจัดการสูง หากผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ไม่อยู่ในระดับที่เพียงพอ ย่อมส่งผลให้ความคุ้มค่าของการลงทุนลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

4. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การประเมินความคุ้มค่าทางการเงินการปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ในเขตอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี

การวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินการปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ในเขตอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 35 ราย โดยพิจารณาจากตัวชี้วัดหลักทางการเงิน พบว่า

กลุ่มที่ 1 เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียนขนาด 1-3 ไร่ ซึ่งมีจำนวนต้นทุเรียนประมาณ 50-70 ต้น ผลการศึกษาพบว่า มีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) อยู่ระหว่าง 14.69-63.23

เปอร์เซ็นต์ อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return: ARR) อยู่ระหว่าง 47.36-152.06 เปอร์เซ็นต์ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ต่อไร่อยู่ระหว่าง 70,100-304,650 ดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index: PI) อยู่ระหว่าง 1.58-1.62 เปอร์เซ็นต์ และมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PP) หลังจากสวนทุเรียนพันธุ์ระยองผลผลิต 2-3 ปีแล้ว พบว่าสามารถคืนทุนได้ภายในช่วง 0.88-3.37 ปีหรือประมาณ 11-40 เดือน แต่พบว่าเกษตรกร จำนวน 1 รายมีกำไรสุทธิเฉลี่ยต่อไร่ติดลบ จะเห็นได้ว่าการปลูกทุเรียนในพื้นที่ 1-3 ไร่ สามารถสร้างกำไรต่อไร่ได้ค่อนข้างดี แต่ความเสี่ยงสูงกว่า เนื่องจากหากมีการจัดการไม่ดีในเกษตรกรบางราย จะทำให้ต้นทุนสูงกว่ารายได้ อย่างไรก็ตามเกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับผลตอบแทนสูงและสามารถคืนทุนได้หลังจากเริ่มให้ผลผลิตไม่นาน

กลุ่มที่ 2 เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียนขนาด 4-6 ไร่ มีจำนวนต้นทุเรียนประมาณ 100-150 ต้น ผลการศึกษาพบว่า มีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) อยู่ที่ 24.65-46.16 เปอร์เซ็นต์ อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return: ARR) อยู่ที่ 40.26-107.78 เปอร์เซ็นต์ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ต่อไร่อยู่ที่ 104,070-281,430 บาท ดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index: PI) อยู่ที่ 1.61-1.64 เปอร์เซ็นต์ และมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PP) หลังจากสวนทุเรียนพันธุ์ระยองผลผลิต 2-3 ปีแล้ว พบว่า สามารถคืนทุนได้ภายในช่วง 0.97-1.09 ปี หรือประมาณ 11.6-13 เดือน จะเห็นได้ว่ากลุ่มพื้นที่ปลูกทุเรียนจำนวน 4-6 ไร่ มีความคุ้มค่าที่โดดเด่นที่สุดในเชิงเศรษฐศาสตร์มีผลกำไรสม่ำเสมอ ต้นทุนต่อไร่สมดุลง่าย มีความเสี่ยงต่ำ และให้ผลตอบแทนทางการเงินสูงในระยะยาว

กลุ่มที่ 3 เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียนขนาด 7-9 ไร่ มีจำนวนต้นทุเรียนประมาณ 180-200 ต้น ผลการศึกษาพบว่า มีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) อยู่ที่ 26.13-29.61 เปอร์เซ็นต์ อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return: ARR) ต่อไร่อยู่ที่ 53.77-56.57 เปอร์เซ็นต์ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ต่อไร่อยู่ที่ 122,350-153,420 บาท ดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index: PI) 1.61-1.62 เปอร์เซ็นต์ ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PP) หลังจากสวนทุเรียนพันธุ์ระยองผลผลิต 2-3 ปีแล้ว พบว่า การลงทุนสามารถคืนทุนได้ภายในช่วงเวลา 0.60-0.68 ปี หรือเพียง 7-8 เดือน แสดงให้เห็นว่าการลงทุนปลูกทุเรียนมีความสามารถสร้างกระแสเงินสดเร็ว เมื่อเข้าสู่ปีที่ให้ผลผลิต และมีความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์สูงแม้ยังอยู่ในช่วงต้นของรอบการผลิตระยะยาว

กลุ่มที่ 4 เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียนขนาด 10-12 ไร่ มีจำนวนต้นทุเรียนประมาณ 211-300 ต้น ผลการศึกษาพบว่า มีอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) อยู่ที่ 22.51-28.37 เปอร์เซ็นต์ อัตราผลตอบแทนถัวเฉลี่ย (Average Rate of Return: ARR) ต่อไร่อยู่ที่ 34.34-59.19 เปอร์เซ็นต์ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) ต่อไร่อยู่ที่ 154,840-375,680 บาท ดัชนีความสามารถในการทำกำไร (Profitability Index: PI) อยู่ที่ 1.61-1.66 เปอร์เซ็นต์ และมีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PP) เมื่อพันธุ์ระยองผลผลิต 2-3 ปีแล้ว การปลูกทุเรียนสามารถคืนทุนได้อย่างรวดเร็วภายในช่วง 0.74-1.08 ปี หรือประมาณ 9-13 เดือน สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการสร้างกระแสเงินสดสูงในทันทีหลังเข้าสู่ปีที่ให้ผลผลิต และยืนยันถึงความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของการลงทุนในทุเรียนในระยะยาว

กลุ่มที่ 5 เกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียนขนาดมากกว่า 12 ไร่ (20 ไร่) มีจำนวนต้นทุเรียนประมาณ 3 ปีแล้ว พบว่าระยะเวลาคืนทุนอยู่ที่ประมาณ 3.68 ปี หรือประมาณ 44 เดือน แสดงให้เห็นว่าการปลูกทุเรียนในกรณีนี้มีความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ในระดับดี แต่ต้องใช้เวลาคืนทุนยาวกว่ากลุ่มพื้นที่อื่น เนื่องจากเป็นพื้นที่ขนาดใหญ่ซึ่งมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิสูงมาก แต่กำไรสุทธิต่อไร่เติบโตแบบคงที่ตามปริมาณผลผลิตที่เฉลี่ยต่อไร่

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาต้นทุนการปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทองในเขตอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี แสดงให้เห็นว่า ขนาดพื้นที่ปลูกมีผลต่อระดับต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่อย่างมีนัยสำคัญ โดยพบว่าต้นทุนเฉลี่ยในทุกหมวด ได้แก่ ต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร ค่าเสื่อมราคา ค่าใช้จ่ายในการผลิต และค่าใช้จ่ายด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ มีแนวโน้มลดลงเมื่อขนาดพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีต้นทุนการผลิตและแนวคิดประสิทธิภาพตามขนาด (Economies of scale) ที่ระบุว่าต้นทุนเฉลี่ยจะลดลงเมื่อสามารถกระจายต้นทุนไปยังปริมาณการผลิตที่มากขึ้น ในส่วนของต้นทุนผันแปรและค่าแรงงานที่สูงในกลุ่มพื้นที่ขนาดเล็กสะท้อนข้อจำกัดด้านศักยภาพการใช้ปัจจัยการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวัตถุดิบทางตรงและทางอ้อมของกรมส่งเสริมการเกษตร (2566) นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายในการผลิตที่ลดลงในพื้นที่ขนาดใหญ่สอดคล้องกับแนวคิดของ Nicholson and Snyder (2020) เกี่ยวกับประสิทธิภาพของต้นทุน

สำหรับผลการศึกษาในประเด็นผลตอบแทน พบว่าการปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ในเขตอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) อยู่ในช่วง 34.34-152.06% ซึ่งสะท้อนว่าการปลูกทุเรียนเป็นกิจกรรมทางการเกษตรที่มีศักยภาพและความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ โดยระดับผลตอบแทนที่แตกต่างกันตามขนาดพื้นที่ปลูกมีความสอดคล้องกับ Attrill and McLaney (2022) ที่ระบุว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เป็นตัวชี้วัดสำคัญของความคุ้มค่าการลงทุนและขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และต้นทุน โดยกลุ่มพื้นที่ขนาดเล็ก จำนวนพื้นที่ปลูกทุเรียน 1-3 ไร่ มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) สูงที่สุด เนื่องจากสามารถควบคุมต้นทุนและคุณภาพผลผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่กลุ่มพื้นที่ขนาดปานกลางถึงใหญ่ จำนวนพื้นที่ปลูกทุเรียน 4-12 ไร่ มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ลดลงตามขนาดพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Nicholson and Snyder (2020) ที่อธิบายว่าต้นทุนด้านแรงงานและการจัดการจะเพิ่มขึ้นตามความซับซ้อนของพื้นที่ อย่างไรก็ตามพื้นที่ขนาดใหญ่มาก จำนวน 20 ไร่ มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ต่ำที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Nicholson and Snyder (2020) ซึ่งระบุว่าหากการจัดการสวนไม่สามารถรักษาประสิทธิภาพตามขนาดได้ ผลตอบแทนย่อมลดลงแม้ต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่ต่ำกว่า

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 41 และ 16 ที่ระบุว่าการรับรู้ต้นทุนและผลผลิตต้องสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของสินทรัพย์ชีวภาพและต้นทุนสะสม ซึ่งส่งผลต่อการคำนวณกำไรสุทธิและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) อย่างถูกต้อง เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในกลุ่มพื้นที่ขนาดเล็กจำนวน 1-3 ไร่ และปานกลาง จำนวน 4-12 ไร่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิตารัตน์ จันทรสอน และอรุณ คงรุ่งโชค (2563) ซึ่งชี้ว่าการปลูกทุเรียนเป็นการลงทุนที่มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจเมื่อมีการจัดการที่เหมาะสม และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนกฤต นิมภาณูจนา (2565) ที่ระบุว่าระบบการจัดการมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการผลิตและรายได้ของเกษตรกร

ส่วนผลการศึกษาในประเด็นประเมินความคุ้มค่าทางการเงินการปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ในเขตอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี ชี้ให้เห็นว่าทุกขนาดพื้นที่มีความคุ้มค่าตามหลักการวิเคราะห์โครงการลงทุน โดยอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) สูงกว่าอัตราคิดลด มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) เป็นบวก และดัชนีความสามารถในการทำกำไรมากกว่า 1 ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์การตัดสินใจลงทุนตามทฤษฎีการเงินว่าการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าอัตราคิดลดและสร้างมูลค่าเพิ่มย่อมถือว่าคุ้มค่าในการดำเนินงาน ขณะเดียวกันระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PP) ที่ค่อนข้างสั้นในกลุ่มพื้นที่ 1-12 ไร่ สอดคล้องกับแนวคิดของ Ross, Westerfield and Jordan (2019) ที่ระบุว่าการคืนทุนเร็วสะท้อนสภาพคล่องและ

ลดความเสี่ยงของโครงการ โดยเฉพาะธุรกิจเกษตรที่มีความผันผวนสูงของผลผลิตและราคาตลาด นอกจากนี้ความแตกต่างของผลตอบแทนระหว่างแต่ละขนาดพื้นที่ยังมีความสอดคล้องกับทฤษฎีต้นทุนการผลิตซึ่งชี้ว่าประสิทธิภาพการควบคุมต้นทุนส่งผลโดยตรงต่อผลตอบแทน โดยพื้นที่ขนาดเล็กถึงปานกลางมีความคล่องตัวและต้นทุนแฝงต่ำ จึงให้ผลตอบแทนและระยะเวลาคืนทุนที่ดีกว่า ขณะที่พื้นที่ขนาดใหญ่มากต้องเผชิญต้นทุนการจัดการสูงกว่า ทำให้ระยะเวลาคืนทุนยาวขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของอิศารัตน์ จันทร์สอน และอรุณ คงรุ่งโชค (2563) ที่ชี้ว่าความซับซ้อนในการจัดการสวนขนาดใหญ่ส่งผลต่อระยะเวลาคืนทุนและผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์

ทั้งนี้การปลูกทุเรียนพันธุ์หมอนทองมีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงและเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าเมื่อต้นทุนถูกบริหารจัดการอย่างเหมาะสม โดยต้นทุนหลักมาจากค่าแรงงานและวัสดุการผลิต ซึ่งสัดส่วนมากถึง 50-60 เปอร์เซ็นต์ของต้นทุนรวม และมีความหลากหลายตามเทคนิคและขนาดของพื้นที่ปลูก ผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนมีความแตกต่างกันตามการบริหารจัดการ โดยกลุ่มเกษตรกรที่บริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถคืนทุนได้ภายในช่วง 0.88-3.37 ปีหรือประมาณ 11-40 เดือนหลังจากสวนทุเรียนพันธุ์หมอนทองผลผลิต 2-3 ปี พร้อมอัตราผลตอบแทนสูงถึง 152.06% ส่วนเกษตรกรที่บริหารจัดการไม่ดีจะมีความเสี่ยงที่อัตราผลตอบแทนต่ำหรือขาดทุนได้ การวิเคราะห์ทางการเงินผ่านมาตรการต่าง ๆ อย่าง NPV, IRR, ARR, PI และ PP ชี้ชัดว่าการลงทุนปลูกทุเรียนมีความน่าสนใจและคุ้มค่าในระยะยาว ตราบใดที่มีการวางแผนและบริหารความเสี่ยงที่ดีตามหลักเศรษฐศาสตร์และการลงทุน

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 จากผลการวิจัยเกษตรกรควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการต้นทุนผันแปร เช่น ค่าแรงงานและค่าปุ๋ย เนื่องจากเป็นต้นทุนที่มีสัดส่วนสูงและส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิของการดำเนินกิจการ

1.2 ข้อมูลด้านต้นทุนและผลตอบแทนที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการลงทุนและการจัดการสวนให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความแตกต่างของผลตอบแทนตามขนาดพื้นที่และการจัดการสวน เพื่อหาปัจจัยที่ทำให้การลงทุนคุ้มค่าในแต่ละระดับ และศึกษาการวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity analysis) เพื่อประเมินผลกระทบจากความผันผวนของราคาและปัจจัยการผลิตที่มีต่อผลตอบแทน จะทำให้เกษตรกรเข้าใจว่าการลงทุนที่ต่างกันขนาดพื้นที่และการจัดการสวนนั้นมีผลตอบแทนอย่างไร และการวิเคราะห์จะช่วยให้เข้าใจถึงความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงราคาและปัจจัยการผลิต

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลควรเก็บรวบรวมข้อมูลระยะยาวในรูปแบบอนุกรมเวลา (Time series) เพื่อสร้างฐานข้อมูลที่สะท้อนแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนและผลตอบแทนอย่างต่อเนื่องและช่วยให้สามารถวิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มในอนาคตได้อย่างแม่นยำ

2.3 ควรศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของการปลูกทุเรียน เช่น การใช้สารเคมี การจัดการน้ำ และการอนุรักษ์ดินเพื่อลดพิชตกค้างต่อดินและน้ำ การจัดการน้ำ (การให้น้ำอย่างเหมาะสม) เพื่อป้องกันน้ำท่วมขังและรักษาความชื้น และการอนุรักษ์ดิน (การใช้ดินร่วนปนทรายที่มีอินทรีย์วัตถุ) เพื่อให้รากทุเรียนเจริญเติบโตได้ดีและป้องกันการเกิดโรค

รายการอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2566). **คู่มือการปลูกทุเรียนและการจัดการสวน**. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2567). **รายงานสถานการณ์การส่งออกทุเรียนไทย ปี 2567**. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.
- จารุณี พงษ์พิยเดช ฤกษ์ฉายา รุ่งโรจน์วณิชย์ และชูชาติ พ่วงสมจิตร. (มกราคม-มิถุนายน 2563). “การจัดการการผลิตทุเรียนเพื่อทดแทนพืชไร่ของเกษตรกรในตำบลคลองม่วง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา.” **วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี**. 9(1) : 112-133.
- ณัฐริการ์ มากท่าชะ และพวงเพ็ญ ชูรินทร์. (2564). **การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกทุเรียนของเกษตรกร หมู่ที่ 13 ตำบลนาขา อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร**. การค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ธนภุต นิมกาญจนา และคณะ. (กันยายน-ธันวาคม 2565). “การศึกษารูปแบบการปลูกทุเรียนของเกษตรกร อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง.” **วารสารวิทยาศาสตร์เกษตรและการจัดการ**. 5(3) : 16-26.
- จิตรัตน์ จันทรสอน และอรุณ คงรุ่งโชค. (2563). **ความคุ้มค่าของการปลูกทุเรียนหมอนทองอย่างยั่งยืนในเขตภาคใต้ตอนบน**. การค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2567). **รายงานสภาพการผลิตและราคาสินค้าเกษตร ปี 2567**. กรุงเทพฯ : กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- Atrill, P., & McLaney, E. (2022). **Accounting and finance for non-specialists (12th ed.)**. Harlow : Pearson.
- Freund, C., Mattoo, A., & Antras, P. (2020). **Globalization in transition: The future of trade and global value chains**. Washington DC : World Bank.
- Goolsbee, A., Levitt, S., & Syverson, C. (2022). **Economics and policy in modern society**. New York : Pearson.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2021). **Cost Accounting: A Managerial Emphasis**. London : Pearson.
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2020). **Microeconomic theory: Basic principles and extensions (12th ed.)**. Boston : Cengage Learning.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). **Fundamentals of Corporate Finance**. Ohio : McGraw-Hill Education.
- _____. (2021). **Corporate Finance**. Ohio : McGraw-Hill Education.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

Factors Affecting The Development of Skills in Accounting Professional Necessary in The Era of Artificial Intelligence (AI) in The Northeastern Region

กษิตติ์ แดงหมื่นไวย^{1*} และ ลินนภัสร์ วุฒิกนกักัญจน์^{2*}
Kasidit Dangmuenwai^{1*} and Linnapat Wuttikanaokkan^{2*}

Received 10 September 2025

Revised 14 October 2025

Accepted 15 October 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ระดับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) ประเมินระดับของการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประชากรในงานวิจัยคือนักบัญชีที่ทำงานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 382 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ t-test F-test และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก การพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในด้านเทคโนโลยี ด้านการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงาน ด้านความยั่งยืนและจริยธรรม และ ด้านการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานและกฎหมาย ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การพัฒนาทักษะ, วิชาชีพบัญชี, ยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI), ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

Abstract

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

¹ M.Acc. Studen in Accountancy Program, Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat Universit.

*Corresponding author, 66d101105@nrru.ac.th

² บธ.ม.(การบัญชี), มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2540. รองศาสตราจารย์สังกัดหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

² M.Acc., The University of the Thai Chamber of Commerce ,1997. Associate Professor, Bachelor of Accountancy, Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat Universit.

This research aimed to 1) analyze the level of factors related to the development of essential accounting skills in the AI era in Northeastern Thailand, 2) assess the level of development of essential accounting skills in the AI era in Northeastern Thailand, and 3) analyze the relationship between various factors and the development of essential accounting skills in the AI era in Northeastern Thailand. The research population consisted of 382 accountants working in Northeastern Thailand, selected by using a purposive sampling method. Data were collected using a 5-point Likert-scale questionnaire. Descriptive statistics, including t-test, F-test, and multiple regression analysis, were used.

The research results showed that the overall factors influencing the development of essential accounting skills in the AI era were high. The overall development of essential accounting skills in the AI era was also high. Furthermore, factors influencing the development of essential accounting skills in the AI era, specifically technology, changes in the labor market, sustainability and ethics, and changes in standards and laws, had a statistically significant impact at the .05 level.

Keywords: Skills development, Accounting profession, Artificial intelligence (AI) era, Northeastern Thailand

บทนำ

ในยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการทำงานในแทบทุกอุตสาหกรรมทั่วโลก รวมถึงในวิชาชีพบัญชี (Russell & Norvig. 2021) ซึ่งถือเป็นอาชีพที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ การควบคุมทางการเงินและการให้ข้อมูลสำหรับการตัดสินใจอย่างรอบคอบของผู้บริหาร เทคโนโลยี AI เช่น Machine learning, Natural language processing (NLP), การรู้จำเสียง (Speech recognition), ระบบการตอบสนองอัตโนมัติ (Chatbot) และระบบตรวจสอบข้อมูลแบบเรียลไทม์ ได้เข้ามามีบทบาทในกระบวนการทางบัญชีในระดับที่ลึกซึ้งมากขึ้น (ณัฐดา เหมือนเดช. 2566) ตั้งแต่การจัดเก็บข้อมูลการบันทึกรายการทางการเงิน การวิเคราะห์ทางการเงิน การคาดการณ์แนวโน้มรายได้ไปจนถึงการประเมินความเสี่ยงทางการเงินและการตรวจสอบภายใน

ปัจจุบันนักบัญชีได้ทำหน้าที่เพียงบันทึกบัญชีหรือสรุปรายงานการเงินเท่านั้น หากแต่ต้องเป็นผู้ที่สามารถสื่อสาร วิเคราะห์ และให้คำปรึกษาเชิงกลยุทธ์ทางการเงินแก่ผู้บริหารในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้ข้อมูลและเครื่องมือที่ขับเคลื่อนด้วย AI มาสนับสนุนการตัดสินใจในเชิงเศรษฐศาสตร์และธุรกิจมากยิ่งขึ้น (สิริกร ทวีปัญญาภส. 2566) รวมถึงทักษะด้านดิจิทัล การเข้าใช้ระบบข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) การใช้ซอฟต์แวร์บัญชีอัตโนมัติ และความสามารถในการใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์อย่างมีประสิทธิภาพจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาในวิชาชีพนี้ (Wong & Yap. 2024) อย่างไรก็ตามในบริบทของประเทศไทย โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมเฉพาะตัว ปัญหาเกี่ยวกับการเข้าถึงเทคโนโลยี ความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษา และโอกาสในการพัฒนาทักษะในระดับวิชาชีพยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญในการปรับตัวสู่โลกแห่งเทคโนโลยีใหม่ นักบัญชีในพื้นที่นี้จำนวนไม่น้อยยังคงพึ่งพาวิธีการทำงานแบบดั้งเดิม

และอาจขาดโอกาสในการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ที่จำเป็นในโลกแห่งอนาคต โดยเฉพาะในเรื่องของความเข้าใจและการใช้งานเครื่องมือ AI ที่มีความซับซ้อนและต้องการการเรียนรู้และฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง

ขณะเดียวกันสถาบันการศึกษาในภูมิภาคเองก็อาจยังไม่สามารถพัฒนาหลักสูตรหรือจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้อย่างทันทั่วถึง เนื่องจากยังขาดแคลนครูผู้สอนที่เชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยีบัญชีสมัยใหม่ ขาดทรัพยากรในการจัดหาซอฟต์แวร์หรือระบบฝึกอบรม และยังไม่มีการประสานความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษา ภาครัฐและภาคเอกชนอย่างเป็นระบบเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับกำลังคนในสายอาชีพบัญชี นอกจากนี้ตลาดแรงงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งกำลังเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ เริ่มมีความต้องการแรงงานที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น (จักรกฤษณ์ มะโทพาร และคณะ. 2565) โดยเฉพาะในกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่เริ่มนำระบบบัญชีออนไลน์มาใช้ และต้องการบุคลากรที่สามารถเชื่อมโยงการทำงานระหว่างระบบบัญชีแบบดั้งเดิมกับเทคโนโลยีใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ (สุภาภรณ์ หอมหวน. 2567) ดังนั้นการวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุค AI” จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้เข้าใจว่าปัจจัยใดบ้างที่ขัดขวางหรือเอื้อต่อการพัฒนาทักษะของนักบัญชีในภูมิภาคนี้ ไม่ว่าจะเป็นด้านบุคลากร ระบบการเรียนรู้ ทัศนคติ ความพร้อมขององค์กร หรือโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี

แม้ในระดับประเทศจะมีการผลักดันยุทธศาสตร์ “ประเทศไทย 4.0” และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในสายงานวิชาชีพ แต่การพัฒนาแรงงานในระดับภูมิภาคยังต้องการการวิจัยเฉพาะพื้นที่ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่นำไปสู่การออกแบบแนวทางการพัฒนาหลักสูตรและการฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะมุ่งเน้นไปที่การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับวิชาชีพบัญชี ได้แก่ นักบัญชีในภาคเอกชน และหน่วยงานราชการ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพบัญชี รวมถึงผู้บริหารองค์กร เพื่อทำความเข้าใจอย่างครอบคลุมถึงลักษณะ ความต้องการ ปัญหา อุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาทักษะสำหรับยุคใหม่

ด้วยเหตุนี้การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย” จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะการศึกษาเชิงนโยบายที่สามารถสะท้อนสภาพความเป็นจริงในระดับท้องถิ่น และนำไปสู่การพัฒนายุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นแนวทางสำหรับสถาบันการศึกษาในการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย รองรับความต้องการของตลาดแรงงาน และสร้างนักบัญชีรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพและพร้อมแข่งขันในโลกยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อประเมินระดับของการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ประโยชน์ที่ได้รับ

การวิจัยนี้มีประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย ดังนี้

1. ประโยชน์ที่นำไปใช้ได้

1.1 งานวิจัยนี้จะช่วยให้สถาบันการศึกษาในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงหรือออกแบบหลักสูตรการเรียนการสอนด้านบัญชีให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน และตอบโจทย์ต่อเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในวิชาชีพนี้

1.2 หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนฝึกอบรมหรืออบรมเสริมทักษะให้กับนักบัญชีในองค์กร โดยมุ่งเน้นที่การเตรียมความพร้อมด้านดิจิทัลและการใช้ AI อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 นักบัญชีและนักศึกษาสาขาบัญชีสามารถใช้ข้อมูลจากการวิจัยนี้เพื่อประเมินตนเองและวางแผนพัฒนาทักษะที่จำเป็น เพื่อให้สามารถแข่งขันและทำงานในวิชาชีพบัญชีได้อย่างมั่นใจในยุคดิจิทัล

2. ประโยชน์เชิงวิชาการ

2.1 งานวิจัยนี้จะช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ใหม่ในด้านการพัฒนาทักษะวิชาชีพบัญชีในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะการบูรณาการความรู้ด้านบัญชีเข้ากับเทคโนโลยี AI ซึ่งยังมีงานวิจัยในบริบทไทยค่อนข้างจำกัด

2.2 ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการวิจัยต่อยอดในอนาคต ทั้งในด้านการพัฒนาหลักสูตร การเรียนการสอน การสร้างแบบประเมินทักษะ หรือการวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างภูมิภาคต่าง ๆ

2.3 งานวิจัยนี้จะช่วยส่งเสริมแนวคิดแบบสหวิทยาการ (Interdisciplinary) ระหว่างสาขาวิชาบัญชี เทคโนโลยีสารสนเทศ และการศึกษา ซึ่งเป็นแนวโน้มสำคัญของการวิจัยในศตวรรษที่ 21

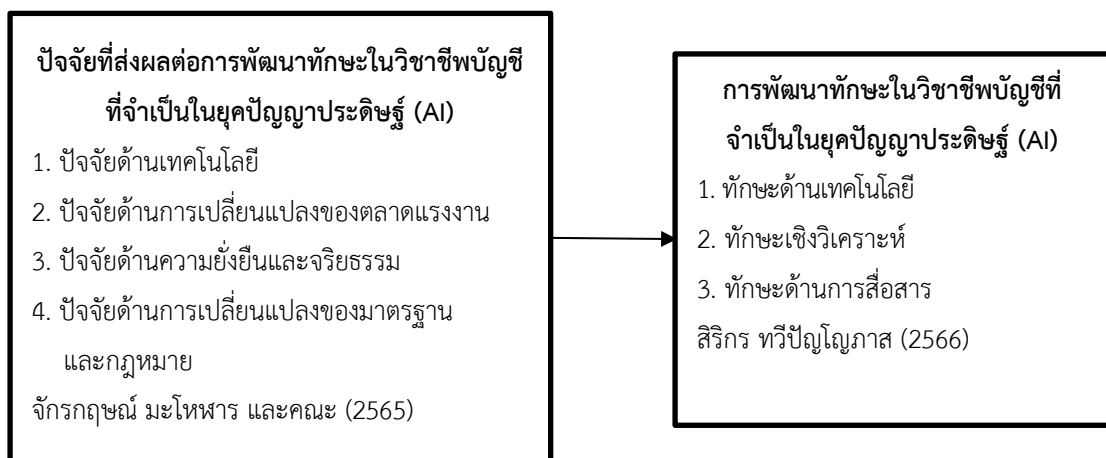
การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดและตัวแปรในการวิจัย โดยมุ่งศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัล การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในวิชาชีพบัญชี การพัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพในยุคดิจิทัล จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้ศึกษางานของ สิริกร ทวีปัญญาภาส (2566) ซึ่งกล่าวถึงการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ ทักษะด้านเทคโนโลยี ทักษะเชิงวิเคราะห์ และทักษะด้านการสื่อสาร ซึ่งเป็นองค์ประกอบของสมรรถนะหลักที่นักบัญชีในยุคดิจิทัลควรมี ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดของ จักรกฤษณ์ มะโฬหาร และคณะ (2565) ที่อธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงาน ปัจจัยด้านความยั่งยืนและจริยธรรม และปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานและกฎหมาย ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดของสิริกร ทวีปัญญาภาส (2566) และจักรกฤษณ์ มะโฬหาร และคณะ (2565) มาประยุกต์ใช้ร่วมกันในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนา

ทักษะในวิชาชีพบัญชี กับ ระดับการพัฒนาทักษะของนักบัญชีในยุคปัญญาประดิษฐ์ โดยมุ่งเน้นบริบทของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่กำลังปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและตลาดแรงงานอย่างต่อเนื่อง แนวคิดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการบูรณาการทั้งปัจจัยภายนอกและภายในในการพัฒนาทักษะของนักบัญชี เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยี AI ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีจริยธรรม ซึ่งเป็นทิศทางสำคัญของวิชาชีพบัญชีในอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักบัญชีที่ทำงานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 8,220 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2568)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักบัญชีที่ทำงานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ งานวิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเก็บข้อมูล โดยหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 382 คน ซึ่งมีประสบการณ์ทำงานด้านบัญชี และอยู่ในหน่วยงานที่มีการใช้เทคโนโลยีด้านบัญชี มีความเชื่อมั่น 95 และความคลาดเคลื่อนที่ 5 % โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในลักษณะที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง และนำผลการเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปตามแนวทางของวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชีและสถานที่ทำงาน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี 2) ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงาน 3) ปัจจัยด้านความยั่งยืนและจริยธรรม และ 4) ปัจจัยด้านการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานและกฎหมาย เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 การพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) ประกอบด้วยทักษะที่จำเป็น 3 ด้าน 1) ทักษะด้านเทคโนโลยี เช่น การใช้ AI, Blockchain, Big Data Analytics และซอฟต์แวร์บัญชี 2) ทักษะเชิงวิเคราะห์ เช่น การประเมินความเสี่ยงและการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน และ 3) ทักษะด้านการสื่อสาร เช่น การนำเสนอข้อมูลให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI)

โดยขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัยเริ่มจากการศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ จากนั้นศึกษารูปแบบการสร้างแบบสอบถาม กำหนดกรอบคำถามและสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตัวแปร ก่อนส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เพื่อคัดเลือกคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเที่ยงด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97 สุดท้ายจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นำไปใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย สามารถอธิบายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 เพศ แสดงข้อมูลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	205	53.66
หญิง	177	46.34
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 53.66 และเป็นเพศหญิง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 46.34

1.2 อายุ แสดงข้อมูลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	3	0.79
25 - 35 ปี	332	86.91
36 - 45 ปี	30	7.85
มากกว่า 45 ปี	17	4.45
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25 - 35 ปี จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 86.91 รองลงมา คือ 36 - 45 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.85 มากกว่า 45 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.45 และ ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.79

1.3 สถานภาพ แสดงข้อมูลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	354	92.67
แต่งงาน	22	5.75
หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย	6	1.58
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 92.67 รองลงมา คือ แต่งงาน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และ หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.58

1.4 การศึกษา แสดงข้อมูลดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	353	92.40
ปริญญาโท	24	6.29
ปริญญาเอก	5	1.31
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 353 คน คิดเป็นร้อยละ 92.40 รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.29 และระดับปริญญาเอก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.31

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงข้อมูลดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	0	0.00
5,001-10,000 บาท	27	7.07
10,001-15,000 บาท	119	31.16
15,001-20,000 บาท	77	20.15
20,001-25,000 บาท	159	41.62
25,001 ขึ้นไป	0	0.00
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.62 รองลงมา คือ 10,001-15,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 31.16 15,001- 20,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.15 และ 5,001-10,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.07

1.6 ประสบการณ์การทำงานด้านบัญชี แสดงข้อมูลดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านบัญชี

ประสบการณ์การทำงานด้านบัญชี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	58	15.18
1-5 ปี	251	65.70
6-10 ปี	59	15.45
มากกว่า 10 ปี	14	3.67
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานด้านบัญชี 1-5 ปี จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 65.70 รองลงมา คือ 6-10 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.45 ต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.18 และ มากกว่า 10 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.67

1.7 สถานที่ทำงาน แสดงข้อมูลดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ทำงาน

สถานที่ทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สำนักงานบัญชี	60	15.70
องค์กรเอกชน	316	82.72
องค์กรภาครัฐ	6	1.58
รวม	382	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีสถานที่ทำงานในองค์กรเอกชน จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 82.72 รองลงมา คือ สำนักงานบัญชี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.70 และ องค์กรภาครัฐ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.58

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI)

2.1 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปรากฏดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชี ที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. ด้านเทคโนโลยี	4.06	0.77	มาก
2. ด้านการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงาน	4.07	0.79	มาก
3. ด้านความยั่งยืนและจริยธรรม	4.14	0.86	มาก
4. ด้านการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานและกฎหมาย	4.24	0.82	มากที่สุด
รวม	4.12	0.81	มาก

จากตารางที่ 8 แสดงว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานและกฎหมาย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.82) รองลงมา คือ ด้านความยั่งยืนและจริยธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.86) ด้านการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.79) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.77)

2.2 ผลการประเมินระดับของการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปรากฏดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ข้อมูลการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI)

การพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็น ในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. ทักษะด้านเทคโนโลยี	4.04	0.81	มาก
2. ทักษะเชิงวิเคราะห์	4.08	0.83	มาก
3. ทักษะด้านการสื่อสาร	4.10	0.78	มาก
รวม	4.11	0.80	มาก

จากตารางที่ 9 แสดงว่า การพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ทักษะด้านการสื่อสาร ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.78) รองลงมา คือ ทักษะเชิงวิเคราะห์ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.83) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ทักษะด้านเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.81)

2.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปรากฏดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชี	b	Std.Error	β	t	Sig.
1. ค่าคงที่ (Constant)	.114	0.179		.637	.525
2. ด้านเทคโนโลยี	.180	0.067	.118	2.710	.007*
3. ด้านการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงาน	.209	0.068	.131	3.072	.002*
4. ด้านความยั่งยืนและจริยธรรม	.239	0.072	.164	3.308	.001*
5. ด้านการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานและกฎหมาย	.457	0.059	.303	5.755	.000*

R = 0.749 R² = 0.562 Adjusted R² = 0.554 SEE = 0.10 F = 71.689 Sig. = 0.000*

จากตารางที่ 10 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็น ในด้านเทคโนโลยี ด้านการเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงาน ด้านความยั่งยืนและจริยธรรม และ ด้านการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานและกฎหมาย ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก นักบัญชีส่วนใหญ่ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาทักษะให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะการใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) และซอฟต์แวร์บัญชีอัจฉริยะที่เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เช่น การจัดทำรายงานทางการเงิน การตรวจสอบบัญชี และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งทำให้นักบัญชีต้องปรับตัวและเรียนรู้ทักษะใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกับเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพและรักษามาตรฐานวิชาชีพได้อย่างเหมาะสม ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา จินตานิล และชิตติพัทธ์ ชิตสกุล (2566) ที่ระบุว่า การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและระบบสารสนเทศทางบัญชีเป็นทักษะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีรุ่นใหม่ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bou Reslan and Jabbour Al Maalouf (2024) ที่พบว่า การนำ AI มาใช้ในสาขาการบัญชีช่วยเพิ่มคุณภาพของข้อมูลทางการเงินและส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทักษะของนักบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ

2. การพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก นักบัญชีในปัจจุบันมีความตื่นตัวและเห็นความจำเป็นของการพัฒนาทักษะให้เท่าทันกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี โดยเฉพาะการเรียนรู้การใช้โปรแกรมบัญชีอัจฉริยะ การประยุกต์ใช้ระบบอัตโนมัติ (RPA) การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินด้วย AI รวมถึงการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร และการตัดสินใจเชิงจริยธรรมควบคู่กัน ซึ่งเป็นทักษะสำคัญของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ หอมหวล (2567) ที่พบว่าสมรรถนะด้านการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wong and Yap (2024) ที่ยืนยันว่าเทคโนโลยีที่เหมาะสมสามารถส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะของนักบัญชีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

3. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงาน ความยั่งยืนและจริยธรรม และการเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานและกฎหมาย ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจาก ปัจจัยดังกล่าวมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับการปรับตัวของนักบัญชีในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้นักบัญชีต้องพัฒนาทักษะใหม่ ๆ เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบ AI และการใช้ซอฟต์แวร์บัญชีที่มีระบบอัตโนมัติ ขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานทำให้นักบัญชีต้องมีทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์และการทำงานร่วมกับเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนปัจจัยด้านความยั่งยืนและจริยธรรม และด้านมาตรฐานและกฎหมายมีบทบาทสำคัญในการรักษาความโปร่งใสและความถูกต้องของข้อมูลทางการเงิน ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นุจรี อร่ามรัตน์พันธุ์ (2561) และ จักรกฤษณ์ มะโหฬาร และคณะ (2565) ที่ระบุว่า เทคโนโลยีส่งผลให้บทบาทของนักบัญชีเปลี่ยนจากการทำงานเชิงเทคนิคสู่การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาภรณ์ หอมหวล (2567) ที่พบว่า การเปลี่ยนแปลงของมาตรฐานและกฎหมายมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีธุรกิจ SMEs

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1.1 หน่วยงานกำกับดูแล เช่น สภาวิชาชีพบัญชี ควรจัดทำนโยบายหรือแนวทางสนับสนุนการพัฒนาทักษะของนักบัญชีให้สอดคล้องกับยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) โดยเฉพาะการปรับปรุงมาตรฐานวิชาชีพให้รองรับเทคโนโลยีสมัยใหม่และการกำหนดหลักสูตรอบรมที่เป็นข้อบังคับตามกฎหมายหรือข้อกำหนดทางวิชาชีพ

1.2 ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีควรพัฒนาโปรแกรมฝึกอบรมหรือการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong learning) ที่ตอบสนองต่อความแตกต่างของกลุ่มบุคลากร ทั้งในด้านอายุและประสบการณ์ โดยเน้นการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติในด้านการใช้ซอฟต์แวร์บัญชีอัจฉริยะ การใช้ระบบอัตโนมัติ (RPA) และการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลทางบัญชี

1.3 ควรกำหนดแนวทางและหลักจรรยาบรรณที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยี AI ในงานบัญชี เพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านความรับผิดชอบทางวิชาชีพ ความโปร่งใส และความเป็นธรรมในการใช้ข้อมูลและผลการวิเคราะห์จากระบบอัจฉริยะ

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการพัฒนาทักษะในวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นในยุคปัญญาประดิษฐ์ (AI) เช่น การศึกษาผลกระทบจากการใช้เทคโนโลยี AI ในกระบวนการจัดการข้อมูลทางบัญชี หรือการปรับตัวของนักบัญชีในภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตในวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลอย่างลึกซึ้ง

2.2 ควรดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviews) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus group) กับนักบัญชีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อค้นหาปัจจัยที่ไม่สามารถตรวจสอบได้จากข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น ทักษะคิดและการรับรู้เกี่ยวกับการนำ AI มาใช้ในงานบัญชี ความคาดหวังในด้านการพัฒนาทักษะ และข้อกังวลที่อาจเกิดขึ้นจากการนำ AI มาใช้งาน

รายการอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568). **ข้อมูลจำนวนนักบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. กรุงเทพฯ : กระทรวงพาณิชย์.
- กาญจนา จินดานิล และ ชิตพัทธ์ ชิตสกุล. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2566). “สมรรถนะที่จำเป็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในศตวรรษที่ 21.” **วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์**. 7(2) : 195-209.
- จักรกฤษณ์ มะโหฬาร และคณะ. (มกราคม-มีนาคม 2565). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในวิชาชีพบัญชี.” **วารสารสุทธิปริทัศน์**. 36(1) : 80-100.
- ณัฐรา เหมือนเดช. (2566). **ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเทคโนโลยี AI มาประยุกต์ใช้ในงานด้านบัญชีของนักบัญชีในกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา ChatGPT**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นุจรี อร่ามรัตน์พันธุ์. (2561). **ทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีขององค์กรรัฐวิสาหกิจในศตวรรษที่ 21 : การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคกลาง)**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- สิริกร ทวีปัญญาภาส. (2566). แนวทางการพัฒนาทักษะของนักบัญชีบริหารในยุคปัญญาประดิษฐ์: กรณีศึกษา บริษัทปิโตรเคมีแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาภรณ์ หอมหวาน. (2567). สมรรถนะนักบัญชีสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชี ธุรกิจ SMEs ประเภทวิสาหกิจขนาดกลาง กลุ่มกิจการผลิตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Bou Reslan, F., & Jabbour Al Maalouf, N. (December 2024). "Assessing the transformative impact of AI adoption on efficiency, fraud detection, and skill dynamics in accounting practices." *Journal of Risk and Financial Management*. 17(12) : 577
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. (4th ed.). New Jersey : Pearson.
- Wong, J. W., & Yap, K. H. A. (February 2024). "Factors influencing the adoption of artificial intelligence in accounting among Micro, Small & Medium Enterprises (MSMEs)." *Quantum Journal of Social Sciences and Humanities*. 5(1) : 16-28.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York : Harper & Row.

คำแนะนำสำหรับการจัดทำต้นฉบับบทความ

เพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
(Journal of Management Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University : JMS NRRU)

*** ผู้ส่งต้นฉบับบทความจะต้องเป็นเจ้าของบทความหรือผู้นิพนธ์บทความเท่านั้น และมีการระบุข้อมูลที่สามารถติดต่อประสานงานเพื่อปรับปรุงแก้ไข แจ้งผล และอื่น ๆ ได้ตลอด กระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ จึงขอสงวนสิทธิ์ในการไม่รับตีพิมพ์บทความ หากไม่ได้รับการติดต่อ เบื้องต้นจากเจ้าของต้นฉบับบทความ และต้องปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้ลงนามไว้ในแบบฟอร์ม เพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์บทความอย่างเคร่งครัด ***

นโยบายและวัตถุประสงค์

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (Journal of Management Science Nakhon Ratchasima Rajabhat University : JMS NRRU) เป็นวารสารของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าและเผยแพร่ผลงานวิชาการในสาขาต่าง ๆ ของคณาจารย์ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา โดยได้มีการจัดทำในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Online) โดยเน้นสาขา ดังนี้

1. สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ และบัญชี
2. สาขาการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม
3. สาขาการท่องเที่ยว นันทนาการ และการจัดการโรงแรม
4. สาขาเศรษฐศาสตร์ เศรษฐมิติ และการเงิน
5. สาขาการสื่อสาร

ประเภทของผลงานที่ตีพิมพ์ในวารสาร

1. **บทความวิจัย (Research Article)** เป็นบทความที่นำเสนอการค้นคว้าวิจัย หรืองานเขียนที่นำข้อมูลมาจากรายงานการวิจัยมาประมวล หรือสรุปออกมาเป็นองค์ความรู้ในรูปแบบที่นำเสนอให้ผู้อ่านเข้าใจประเด็นต่าง ๆ

2. **บทความวิชาการ (Academic Article)** เป็นบทความวิเคราะห์ วิจัย นำเสนอแนวคิดใหม่หรือองค์ความรู้ใหม่

3. **บทความปริทัศน์ (Review Article)** เป็นบทความที่เขียนขึ้นจากการทบทวนเอกสารวิชาการ ทั้ง ทางด้านทฤษฎีและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับที่กำหนดไว้ โดยมีการทบทวนวรรณกรรม ค้นคว้า รวบรวม ข้อมูลที่มีอยู่แล้วจากแหล่งต่างๆ และนำมาประมวลเรียบเรียงในรูปบทความ

4. การวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นบทความวิพากษ์หนังสือถึงข้อดีและข้อบกพร่องอย่างละเอียด เพื่อชี้ให้เห็นคุณค่าของหนังสือเล่มนั้น พร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขให้ดีขึ้นเป็นการวิจารณ์เพื่อสร้างสรรค์

กำหนดการเผยแพร่

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีกำหนดการเผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

การจัดทำต้นฉบับบทความ และจัดเตรียมรูปแบบ : วารสารฯ จะรับต้นฉบับบทความที่ดำเนินการตามที่กำหนดพร้อมจัดรูปแบบถูกต้อง สมบูรณ์ เรียบร้อย ตาราง ชัดเจนเรียบร้อยแล้วเท่านั้น

ต้นฉบับ : ต้องพิมพ์ด้วยโปรแกรมไมโครซอฟท์เวิร์ด (Microsoft word) บนกระดาษขาว A4 หน้าเดียว (1 คอลัมน์) ให้ตั้งค่าหน้ากระดาษ ดังนี้ บน (top) 3.81 เซนติเมตร ล่าง (bottom) 2.54 เซนติเมตร ซ้าย (left) 3.81 เซนติเมตร และขวา (right) 2.54 เซนติเมตร พิมพ์เว้นวรรคหรือช่องว่าง 1 เคาะ และระยะห่างบรรทัด 1 พ้อยท์

ความยาว : บทความรวมรูปภาพ ตาราง และอื่น ๆ ทั้งฉบับ จะต้องอยู่ระหว่าง 10-15 หน้า กระดาษพิมพ์ ขนาด A4 ที่มีความสมบูรณ์ ถูกต้อง เหมาะสม โดยจะทำการตรวจสอบต้นฉบับบทความไฟล์ Word จากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการดำเนินงานวารสารฯ เท่านั้น สำหรับรูปภาพประกอบจะต้องส่งไฟล์รูปภาพจริงที่ชัดเจนเพิ่มเติมมาพร้อมกับต้นฉบับบทความ

ส่วนประกอบหลักที่ต้องมีในต้นฉบับ

1. บทความวิจัย

1.1 ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษาโดยใช้อักษรตัวหนา ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 18

1.2 ชื่อ-นามสกุล ผู้นิพนธ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 16 โดยให้ใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ และหากใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ท่านอื่น ผู้นิพนธ์ท่านนั้นจะมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากบทความเท่ากับผู้นิพนธ์คนแรก (The first writer)

ท้ายกระดาษ ใส่ชื่อย่อปริญญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่งสังกัด ของผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 12

1.3 หัวข้อหลัก : บทคัดย่อ บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย สมมติฐานการวิจัย ประโยชน์ที่ได้รับการทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิดในการวิจัย วิธีดำเนินงานวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 16” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.4 หัวข้อรอง : ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.5 บทคัดย่อ : ถูกต้องตามหลักภาษา โดยกำหนดจำนวนคำของ ABSTRACT อยู่ระหว่าง 200-250 คำเท่านั้น

1.6 คำสำคัญ และ Keywords ต้องใช้ให้ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น

1.7 เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้อักษรตัวปกติ “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

1.7.1 บทนำ มีลักษณะการเขียนที่สอดคล้องกับชื่อเรื่อง กล่าวถึงปัญหาของการวิจัย หรือช่องว่างของการวิจัยโดยใช้วิธีการอ้างอิงในการเขียนในประโยคที่สำคัญ และข้อความหรือประโยคที่ไม่ได้เกิดจากความคิด ความรู้ของผู้พิมพ์เองทุกรายการ และถูกต้องตามหลักวิชาการทางภาษา

1.7.2 วัตถุประสงค์การวิจัย มีลักษณะการเขียนที่สอดคล้องกับชื่อเรื่อง และเป็นสิ่งที่ผู้พิมพ์มีความสนใจในการศึกษา

1.7.3 ประโยชน์ที่ได้รับ ระบุองค์ความรู้/ข้อเท็จจริง/ปรากฏการณ์และพฤติกรรม/การทํานาย ที่ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการใหม่ ๆ ทั้งในด้านทฤษฎี วิชาการ และการปฏิบัติ รวมทั้งระบุหน่วยงาน และกลุ่มผู้ใช้ประโยชน์

1.7.4 การทบทวนวรรณกรรม ระบุวิธีการเขียนและสรุปภาพรวมของแนวคิด/ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของเรื่องศึกษาอย่างเป็นระบบ มีความทันสมัย สอดคล้องกับบริบท ตัวแปร และเรื่องที่ทำการศึกษา

1.7.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย เขียนภาพที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดในการวิจัย

1.7.6 วิธีการดำเนินการวิจัย จะต้องนำเสนอเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยที่ผู้แต่ง/ผู้พิมพ์ เลือกมาใช้ในการวิจัย โดยระบุองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ประชากร

และกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติ การรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ถ้ามี) และอื่น ๆ

1.7.7 ผลการวิจัย มีการแสดงผลในรูปแบบตาราง ภาพ กราฟ คำสัมภาษณ์ ฯลฯ โดยมีการบรรยายผลการวิจัยได้ตาราง รูปภาพ กราฟ คำสัมภาษณ์ ฯลฯ ที่ถูกต้องตามหลักวิชาการทางภาษา

1.7.8 อภิปรายผล มีการอภิปรายผลที่แสดงเหตุผลสนับสนุนหรือขัดแย้งกับผลการวิจัย ทฤษฎี แนวคิด หลักการในอดีตที่ผ่านมา (ไม่เกิน 7 ปี)

1.7.9 ข้อเสนอแนะ ระบุข้อเสนอแนะ 2 หัวข้อ คือข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ และข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1.7.10 กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) สามารถระบุแหล่งทุน ปิงงบประมาณที่ได้รับทุน และหน่วยงานหรือผู้มีอุปการะงานวิจัย

1.7.11 การอ้างอิง รายการอ้างอิงในเนื้อหาต้องระบุเลขหน้ากำกับทุกรายการและมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) การอ้างอิงตามรูปแบบ APA

2. บทความวิชาการ

2.1 ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษาโดยใช้อักษรตัวหนา ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 18

2.2 ชื่อ-นามสกุล ผู้นิพนธ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 16 โดยให้ใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ และหากใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ท่านอื่น ผู้นิพนธ์ท่านนั้น จะมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากบทความเท่ากับผู้นิพนธ์คนแรก (The first writer)

ท้ายกระดาษ ใส่ชื่อย่อปริญญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่งสังกัด ของผู้นิพนธ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 12

2.3 หัวข้อหลัก : บทคัดย่อ บทนำ วัตถุประสงค์ ขอบเขตของเนื้อหา คำจำกัดความ/นิยามศัพท์ เนื้อเรื่อง บทสรุป องค์ความรู้ใหม่ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และรายการอ้างอิง ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 16” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.4 หัวข้อรอง : ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.5 บทคัดย่อ : ควรระบุว่าบทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์อะไร สรุปให้สั้นกะทัดรัดไม่เกิน 300-350 คำเท่านั้น

2.6 คำสำคัญ และ Keywords ต้องใช้ให้ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น

2.7 เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้อักษรตัวปกติ “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

2.7.1 บทนำ ควรอธิบายว่าเรื่องที่ศึกษามีความสำคัญอย่างไร

2.7.2 วัตถุประสงค์ ควรอธิบายว่าบทความมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร

2.7.3 ขอบเขตของเนื้อหา ควรชี้แจงเนื้อหาจะประกอบ/ครอบคลุมด้วยเรื่องอะไรบ้าง

2.7.4 คำจำกัดความ/นิยามศัพท์ ควรให้คำจำกัดความสำคัญของเนื้อหาเชิงปฏิบัติการ

2.7.5 เนื้อเรื่อง ควรแบ่งย่อยออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 อธิบายพื้นฐานความรู้แก่ผู้อ่านในเรื่องที่จะกล่าวถึง ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูล ได้แย้งข้อเท็จจริง ใช้เหตุผล หลักฐานเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้อ่าน ส่วนที่ 3 เสนอความคิดเห็น และข้อเสนอแนะต่อประเด็นที่นำเสนอ

2.7.6 บทสรุป เป็นการเก็บประเด็นการเขียนบทความสั้น ๆ หรืออาจใช้วิธีการบอกผลลัพธ์ว่าสิ่งที่กล่าวมาสำคัญอย่างไร สามารถนำไปใช้อะไรได้บ้าง หรือจะทำให้เกิดอะไรต่อไป หรืออาจตั้งคำถามหรือให้ประเด็นทิ้งท้ายเพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านสืบหาความรู้ หรือพัฒนาเรื่องนั้นต่อไป เพื่อเป็นการสรุปความคิดของผู้นิพนธ์ต่อเรื่องที่เขียน

2.7.7 องค์ความรู้ใหม่ เป็นการนำเสนอผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากผลการวิจัยหรือผลจากการสืบค้น สามารถนำเสนอในรูปแบบของความเรียง หรือภาพโมเดล (แบบจำลอง) พร้อมคำอธิบายที่กระชับ เข้าใจได้ง่าย

2.7.8 กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

2.7.9 เอกสารอ้างอิง รายการอ้างอิงในเนื้อหาต้องระบุเลขหน้ากำกับทุกรายการ และมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) การอ้างอิงตามรูปแบบ APA

3. บทความปริทรรศน์

3.1 ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษาโดยใช้อักษรตัวหนา ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 18

3.2 ชื่อ-นามสกุล ผู้นิพนธ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 16 โดยให้ใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ และหากใส่ * ที่ชื่อผู้นิพนธ์ท่านอื่น ผู้นิพนธ์ท่านนั้นจะมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากบทความเท่ากับผู้นิพนธ์คนแรก (The first writer)

ท้ายกระดาษ ใส่ชื่อย่อปริญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่งสังกัด ของผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 12

3.3 หัวข้อหลัก : บทคัดย่อ บทนำ เนื้อเรื่อง บทสรุปและข้อเสนอแนะ และรายการอ้างอิง ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 16” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3.4 หัวข้อรอง : ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3.5 บทคัดย่อ : เนื้อหาควรประกอบด้วยรายละเอียดของวัตถุประสงค์ ข้อสรุปของผลการดำเนินงานเขียนที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ และข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์วิจารณ์ อยู่ระหว่าง 200-250 คำเท่านั้น

3.6 คำสำคัญ และ Keywords ต้องใช้ให้ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น

3.7 เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้อักษรตัวปกติ “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

3.7.1 บทนำ เนื้อหาเป็นการเกริ่นนำเกี่ยวกับหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับบทความ โดยระบุความเป็นมาความสำคัญของประเด็นที่จะนำเสนอในบทความ และวัตถุประสงค์หรือประเด็นที่จะนำเสนอในบทความ

3.7.2 เนื้อเรื่อง ควรครอบคลุมสาระสำคัญตามวัตถุประสงค์หรือประเด็นที่กล่าวไว้ในบทนำ มีการทบทวนงานวิจัย จัดลำดับงานวิจัย โดยนำข้อค้นพบของแต่ละเรื่องมากล่าวโดยสังเขป จำนวนงานวิจัยขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้พิมพ์ และไม่ควรแยกเป็นหัวข้อย่อยมากเกินไป

3.7.3 บทสรุปและข้อเสนอแนะ สรุปภาพรวมของบทความพอสังเขปที่เสนอให้เห็นภาพรวมของบทความ มีการเสนอที่เน้นข้อค้นพบสำคัญ ที่นำไปสู่การเสนอแนวทางการนำไปประยุกต์ใช้

4. บทความวิจารณ์หนังสือ

4.1 ชื่อบทความ : ถูกต้องตามหลักภาษาโดยใช้อักษรตัวหนา ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 18

4.2 ชื่อ-นามสกุล ผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 16 โดยให้ใส่ * ที่ชื่อผู้พิมพ์ และหากใส่ * ที่ชื่อผู้พิมพ์ท่านอื่น ผู้พิมพ์ท่านนั้นจะมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากบทความเท่ากับผู้พิมพ์คนแรก (The first writer)

ท้ายกระดาษ ใส่ชื่อย่อปริญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่งสังกัด ของผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ TH Sarabun New ขนาด 12

4.3 หัวข้อหลัก : บทคัดย่อ บทนำ เนื้อเรื่อง บทวิจารณ์ บทสรุป และรายการอ้างอิง ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 16” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

4.4 หัวข้อรอง : ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

4.5 บทคัดย่อ : เนื้อหาควรประกอบด้วยรายละเอียดของวัตถุประสงค์ ข้อสรุปของผลการดำเนินงานเขียนที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ และข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์วิจารณ์ อยู่ระหว่าง 200-250 คำเท่านั้น

4.6 คำสำคัญ และ Keywords ต้องใช้ให้ถูกต้องตามหลักภาษา ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” และระบุคำสำคัญ 3-5 คำเท่านั้น

4.7 เนื้อหา รายละเอียด และสาระในบทความ ใช้อักษรตัวปกติ “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

4.7.1 บทนำ เนื้อหาเป็นการเกริ่นนำเกี่ยวกับหนังสือที่จะทำการวิจารณ์ ได้แก่ รายละเอียดของหนังสือที่จะทำการวิจารณ์ เช่น ชื่อหนังสือ ผู้เขียน จำนวนหน้า ปีที่พิมพ์ ครั้งที่พิมพ์ สถานที่พิมพ์ เนื้อหาโดยย่อของหนังสือ และประเด็นที่จะทำการวิจารณ์

4.7.2 เนื้อเรื่อง หัวข้อย่อยขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้เขียน เช่น เนื้อหาโดยย่อของหนังสือ ข้อเสนอหลัก ประเด็นอภิปราย การวิจารณ์ความคิด เป็นต้น

4.7.3 บทวิจารณ์ เนื้อหาเป็นการกล่าวถึงคุณภาพของการงานเขียนที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ รวมถึงข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์วิจารณ์

4.7.4 บทสรุป สรุปภาพรวมของบทความพอสังเขป

4.7.5 รายการอ้างอิง ในเนื้อหาต้องระบุเลขหน้ากำกับทุกรายการและมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) การอ้างอิงตามรูปแบบ APA

รูปแบบการนำบทความลงตีพิมพ์ลงในวารสาร

ต้นฉบับบทความที่เสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์เอกสาร *.docx ของ Microsoft Word Version 2010 หรือมากกว่า หากต้นฉบับประกอบด้วยภาพ ตาราง หรือสมการ ให้ส่งแยกจากไฟล์เอกสารในรูปแบบไฟล์ภาพ สกุล *.PDF*.JPG*.GIF หรือ *.bmp ความยาวของต้นฉบับต้องไม่เกิน 10-15 หน้า (รวมบทคัดย่อ ภาพ ตารางและเอกสารอ้างอิง)

กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณาจะส่งกลับไปแก้ไข ถ้าผ่านจะเข้าสู่การพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อผลการประเมินผ่านหรือไม่ผ่านหรือมีการแก้ไข จะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ โดยการพิจารณาบทความเพื่อลงตีพิมพ์ได้จะคำนึงถึงความหลากหลายและความเหมาะสม

เกณฑ์การประเมินบทความ

วารสารมีกระบวนการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิก่อนตีพิมพ์ โดยบทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่บทความทุกเรื่องจะผ่านการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านตรงตามสาขาวิชาและความเชี่ยวชาญ ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind peer-reviewed) ทั้งนี้ บทความจากผู้นิพนธ์ภายในจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหน่วยงานที่จัดทำวารสาร และไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้มข้นในการประเมินคุณภาพบทความก่อนออกตีพิมพ์เผยแพร่สู่สาธารณะ ซึ่งจำแนกเป็นสรุปผลการพิจารณา 4 ระดับ ดังนี้

81-100 คะแนน	แก้ไขน้อยก่อนการตีพิมพ์เผยแพร่
61-80 คะแนน	แก้ไขปานกลางก่อนตีพิมพ์เผยแพร่
41-60 คะแนน	แก้ไขมากโดยให้แก้ไขใหม่และส่งประเมินอีกครั้ง
1-40 คะแนน	ไม่เหมาะสมที่จะตีพิมพ์เผยแพร่

ต้องมีคะแนนรวมตั้งแต่ 61 คะแนนขึ้นไป จึงจะเข้าสู่กระบวนการพิจารณาตีพิมพ์บทความ

การติดต่อสอบถามในการจัดส่งบทความ

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

อาคาร 22 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000

โทรศัพท์ : 0-4400-9009 ต่อ 2215

Website : <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jmsnrru>

E-mail : JMS.NRRU@nrru.ac.th

รูปแบบการเขียนอ้างอิงในบทความของวารสารตามรูปแบบ APA Style

1. การอ้างอิงในบทความ

การอ้างอิง : ต้องระบุชื่อ นามสกุล ปี และเลขหน้ากำกับทุกรายการ และมีความสอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

การเขียนเนื้อหา (Text) ที่มีคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ควรแปลเป็นภาษาไทยให้มากที่สุด ในกรณีที่คำศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นคำเฉพาะที่แปลไม่ได้หรือแปลแล้วไม่ได้ความหมายชัดเจน ให้ทับศัพท์ได้ และควรใช้ภาษาที่ผู้อื่นเข้าใจง่าย ชัดเจน หากใช้คำย่อต้องเขียนคำเต็มไว้ครั้งแรกก่อน และแสดงตัวเลขในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย ทศนิยมไม่เกิน 3 ตำแหน่ง ในบทความทั้งฉบับ ตัวอย่างเช่น 0.0, 0.00 ,0.000 (กรณี .0, .00, .000, .0000 ให้ใส่ 0.0, 0.00, 0.000)

ตารางและภาพประกอบ (Table and Figure) ควรเป็นภาพชัดเจนและมีคำบรรยายใต้รูป/ภาพ ชัดชัดกระชับ โดยระบุที่มาของตารางหรือรูปภาพประกอบ และให้อธิบายผลได้ตารางหรือภาพทุกครั้ง เช่น

(รูปภาพ)

ภาพที่ 1 ผ้าไทยวน

ที่มา : ถ่ายภาพเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2564 ณ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

จากภาพ 1

(รูปภาพ)

ภาพที่ 1 แบบจำลองกระบวนการ Balance Scorecard ของ Kaplan และ Norton

ที่มา : Kaplan & David P. Norton, 1996 p. 11.

(รูปภาพ)

Figure 1 Architectural Structure of Borobudur.

Source : Photographed on 15th April 2017 at Magelang, Yogyakarta, Indonesia

การนำเสนอตาราง ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการนำเสนอตารางในบทความ

ที่มา : เอกรัตน์ เอกศาสตร์, 2022, หน้า 201.

จากตาราง 1 พบว่า

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการเข้าร่วมผลิตข้าวเกษตรอินทรีย์

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

จากตาราง 5 พบว่า

รูปแบบและการเขียนเอกสารอ้างอิงในเนื้อหา การอ้างอิงท้ายบทความ และการอธิบายเพิ่มเติม และการอ้างอิงเอกสารใต้ตารางและภาพ โดยให้เป็นไปตามการอ้างอิงแบบ APA 8th Edition (2021) ตัวอย่างเช่น

2. การเขียนการอ้างอิง ในส่วนของเนื้อหาของบทความ

2.1 รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อหา

(ผู้แต่ง./ปีที่พิมพ์./เลขหน้าที่อ้างอิง)

ตัวอย่าง

ผู้แต่งชาวไทย :

(ปรียาวดี ผลอนก. 2556 : 21-22)

(ปรีชา สุวรรณทัต. 2554 : คำนำ)

ผู้แต่งชาวต่างประเทศ :

(Samuelson. 1985 : 101)

(Musgrave. 1989 : 79)

ผู้แต่งมีฐานันดรศักดิ์ บรรดาศักดิ์ สมณศักดิ์ :

(ม.ร.ว.ปรีดิยาธร เทวกุล. 2550 : 25)

(พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี. 2550 : 12)

ผู้แต่ง 2 คน :

(นิฐิตา เบญจมสุทิน และนงนุช พันธกิจไพบูลย์. 2547 : 36)

(Colander and Gamber. 2002 : 88)

ผู้แต่ง 3 คน :

(ธารง อุดมไพจิตรกุล, ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และบัณฑิต ผังนิรันดร์. 2543 : 101)

(Jackson, Court and Elliot. 1993 : 27)

ผู้แต่งมากกว่า 3 คน :

(ชูศรี มณีพุกษ์ และคณะ. 2553 : 68)

(Lipsey, et al. 1990 : 22)

ผู้แต่งที่เป็นสถาบันหรือหน่วยงาน :

(สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. 2549 : 89)

(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2550 : 37)

หนังสือที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง แต่มีผู้รวบรวมหรือบรรณาธิการ :

(เอกรัตน์ เอกศาสตร์, บรรณาธิการ. 2556 : 8)

หนังสือหรือวัสดุอ้างอิงไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง ให้ลงชื่อเรื่องหรือชื่อบทความ :

(พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. 2546 : 999)

(พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545. 2545 : 22)

หนังสือแปล :

(จุฬามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์, ผู้แปล. 2553 : 84)

(เบต โรบิน และปาร์กิ้น ไมเคิล. 2553 : 84)

สื่อโสตทัศน์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ :

(มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วีดีทัศน์. 2542)

(กรมการข้าว. ออนไลน์. 2556)

การสื่อสารระหว่างบุคคล :

(สุรัตน์ หงษ์ไทย. สัมภาษณ์. 14 กุมภาพันธ์ 2557)

การอ้างอิงในเนื้อหาที่ต้องการแสดงที่มาของภาพ :

ที่มา : วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2550 : 20.

ที่มา : Mankiw. 1997 : 21.

การอ้างอิงในเนื้อหาที่ต้องการแสดงที่มาของตาราง :

ที่มา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. ออนไลน์. 2557.

ที่มา : สรชัย พิศาลบุตร. 2551 : 110.

3. การเขียนอ้างอิงท้ายบทความ**3.1 หนังสือ :**ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อหนังสือ.//ครั้งที่พิมพ์.//สถานที่พิมพ์.//สำนักพิมพ์.**ตัวอย่าง****ผู้แต่งคนเดียว :**กฤษฎา สังขมณี. (2552). การเงินและการธนาคาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เรืองแสงการพิมพ์ (2002) จำกัด.

ผู้แต่ง 2 คน หรือ 3 คน :นิฐิตา เบญจมสุทิน และนางนุช พันธกิจไพบูลย์. (2547). เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ.

กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผู้แต่งมากกว่า 3 คน :ชูศรี มณีพฤษ และคณะ. (2553). หลักเศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น. กรุงเทพฯ :

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ผู้แต่งที่เป็นหน่วยงาน หรือสถาบัน :

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2547). **หลัก**

เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น. ขอนแก่น : บริษัท เพ็ญพรินตัง จำกัด.

หนังสือที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง หรือผู้รับผิดชอบ :

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. (2546). กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.

3.2 หนังสือแปล

ผู้แต่ง.//(ปีที่พิมพ์).//ชื่อเรื่อง.//แปลโดย/ชื่อผู้แปล.//สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

เบต โรบิน และปาร์กิ้น ไมเคิล. (2553). **เศรษฐศาสตร์จุลภาค ฉบับมาตรฐาน** แปลโดย

จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท เพียร์สัน เอ็ด

ดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.

3.3 บทความในหนังสือ

ผู้เขียนบทความ.//(ปีที่พิมพ์).//“ชื่อบทความ”.//ในชื่อบรรณาธิการหรือผู้รวบรวม.//ชื่อ

หนังสือ.// เลขหน้า.//สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2537). “การสร้างองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาประเทศไทยด้าน

เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม”. ในวิจารณ์ พานิช, **บทบาทของการวิจัย :**

การทำนายของทศวรรษใหม่. 23-116. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุน

สนับสนุนการวิจัย.

3.4 บทความในวารสาร

ผู้เขียนบทความ.//(วัน เดือน ปี).//“ชื่อบทความ.”//ชื่อวารสาร.//ปีที่(ฉบับที่)/:

เลขหน้าที่อ้างอิง.

ตัวอย่าง

ศศิธร ธัญลักษณ์นันท์ และรุ่งโรจน์ พงศ์กิจวิทูร. (กันยายน 2548). “ผลการเรียนรู้จาก

โครงการงานชุดวิชาการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.” **วารสารราชพฤกษ์**. 4(1) : 55-63.

3.5 บทความในหนังสือพิมพ์

ชื่อผู้เขียนบทความ.// (วันเดือนปี).// “ชื่อบทความ” .// ชื่อหนังสือพิมพ์.// เลขหน้า.

ตัวอย่าง

นิติภูมิ นวรัตน์. (9 ธันวาคม 2540). “คำทำนายของจอห์น ไนซ์บิตต์”. ไทยรัฐ. หน้า 2.

3.6 วิทยานิพนธ์

ผู้เขียนวิทยานิพนธ์.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อวิทยานิพนธ์.// ระดับวิทยานิพนธ์/สาขาวิชา/คณะ/
มหาวิทยาลัย

ตัวอย่าง

พัชชยา ทรงเสียงไชย. (2550). ความเจริญเติบโตของภาคเกษตรกับผลผลิตทางการผลิต
ของภาคเกษตรไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์
เกษตร) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

3.7 เอกสารราชการ/เอกสารพิเศษ

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// “ชื่อเรื่อง” .// ชื่อเอกสาร.// หมายเลขฉบับ.// เลขหน้า.

ตัวอย่าง

กระทรวงศึกษาธิการ. (27 กันยายน 2542). “ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องการ
แบ่งส่วนราชการในสถาบันราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา
พ.ศ. 2542” ราชกิจจานุเบกษา. ฉบับประกาศทั่วไป. เล่ม 116 ตอนพิเศษ
79 ง (12 ตุลาคม 2542) หน้า 21-22.

3.8 การสัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์.// ตำแหน่ง (ถ้ามี).// สัมภาษณ์.// วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์.

ตัวอย่าง

ยุทธกร ฤทธิ์ไธสง. คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. สัมภาษณ์.
22 เมษายน 2557.

3.9 อ้างอิงเอกสารทุติยภูมิ

กรณีระบุรายละเอียดของเอกสารปฐมภูมิก่อน แล้วจึงระบุเอกสารทุติยภูมิค้นรายการ
ด้วยข้อความว่า “อ้างถึงใน” หรือ “Cited in”

ตัวอย่าง

ธงชัย สันติวงษ์. (2530). **องค์การและการบริหาร**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช. อ้างถึง

ใน รุ่ง แก้วแดง. (2540). **รีเอนจิเนียร์ระบบราชการไทย ภาค 2**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มติชน.

กรณีระบุรายการของเอกสารทุติยภูมิ ก่อน แล้วจึงระบุเอกสารปฐมภูมิ คำนรายการด้วยข้อความว่า “อ้างจาก” หรือ Citing

ตัวอย่าง

รุ่ง แก้วแดง. (2540). **รีเอนจิเนียร์ระบบราชการไทย ภาค 2**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มติชน. อ้างจาก ธงชัย สันติวงษ์. (2530). **องค์การและการบริหาร**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

3.10 โสตทัศนวัสดุ

ชื่อผู้จัดทำ.// (ปีที่เผยแพร่).// **ชื่อเรื่อง**.// (ระบุประเภทของโสตทัศนวัสดุด้วย).//
สถานที่ผลิต/หน่วยงานที่เผยแพร่.

ตัวอย่าง

สำนักวิจัยและบริการวิชาการ. (2546). **วิดีโอ การบรรยายพิเศษทางวิชาการเรื่อง “การฝึกอบรม การจัดทำข้อเสนอการวิจัยทางการศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”**. นครราชสีมา : ฝ่ายส่งเสริมและเผยแพร่การวิจัย สถาบันราชภัฏนครราชสีมา.

3.11 สื่ออิเล็กทรอนิกส์**3.1.1 บทความในวารสารอิเล็กทรอนิกส์**

ผู้แต่ง.// (วันเดือนปี).// “ชื่อบทความ.”// ชื่อวารสาร.// [ประเภทของสื่อ].// ปีที่ (ฉบับที่).// : เลขหน้าหรือความยาวของเนื้อเรื่อง.// แหล่งที่มา.// ชื่อแหล่งข้อมูล/[วัน เดือน ปี ที่เข้าถึงข้อมูล].

ตัวอย่าง

ศิริพร เลิศยิ่งยศ. (มกราคม-เมษายน 2556). “โครงการจัดทำแผนชุมชนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบมีส่วนร่วมของคนในหมู่บ้านโคกแฝก ตำบลขามทะเลสอ อำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา.” **วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร**. [ออนไลน์]. 22 (1) : 93-106. แหล่งที่มา : **ผิตพลาต! การอ้างอิงไฮเปอร์ลิงก์ไม่ถูกต้อง**. [30 เมษายน 2557].

3.1.2 บทความในหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

ผู้แต่ง.// (วันเดือนปี).// “ชื่อบทความ.”// ชื่อหนังสือพิมพ์.// [ประเภทของสื่อ].// เลขหน้าหรือความยาวของเนื้อเรื่อง.// แหล่งที่มา.// ชื่อแหล่งข้อมูล.// [วัน เดือน ปี ที่เข้าถึงข้อมูล].

ตัวอย่าง

บันลือศักดิ์ ปุสสะรังสี. (24 - 26 เมษายน พ.ศ. 2557). “จิ้นกับเศรษฐกิจ ฟองสบู่.” ฐานเศรษฐกิจ. [ออนไลน์]. 7 ย่อหน้า. แหล่งที่มา : http://www.thanonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=225229:2014-04-01-09-47-16&catid=189:2009-09-02-02-47-37&Itemid=542. [27 เมษายน 2557].

3.3.3 ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์

ชื่อผู้ส่ง/(ที่อยู่ทางอีเมล).// (วัน เดือน ปี).// เรื่องที่ส่ง.// ผู้รับหรือ E-mail to/ ชื่อผู้รับ (ที่อยู่ทางอีเมล)

ตัวอย่าง

พัชริน ดำรงกิตติกุล (Pacharin@trf.or.th). (24 เมษายน 2557). หลักสูตร นักวิชาการเพื่อสังคม. ผู้รับ เอกรัตน์ เอกศาสตร์ (ekarat10@yahoo.com).

3.3.4 แผ่นดิสเก็ต และซีดี-รอม

ผู้ผลิต.// (ปีที่ผลิต).// ชื่อเรื่อง.// [ประเภทของสื่อ].// สถานที่ผลิต.// ชื่อแหล่งผลิต.

ตัวอย่าง

ศุภชัย ยาวะประภาษ และปิยากร หวังมหาพร. (2555). นโยบายสาธารณะ ระดับท้องถิ่นไทย. [ซีดี-รอม]. กรุงเทพฯ : บริษัท จุลทอง จำกัด.

3.3.5 บทความ/สาระสังเขปออนไลน์

ผู้ผลิต.//(ปีที่ผลิต).//ชื่อเรื่อง.//[ประเภทของสื่อ].//แหล่งที่มา:/ชื่อ
แหล่งข้อมูล/[วันเดือนปีที่เข้าถึงข้อมูล].

ตัวอย่าง

สุรชาติ บำรุงสุข. (2556). **ทวิรรปราชาทิน : ชวนเที่ยว ไม่ชวนทะเลาะ.**

[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.etatjournal.com/web/menu-download-zone/menu-dl-etatjournal/593-dl-tatjournal-22557>. [1 เมษายน 2557].



คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

กองบรรณาธิการ วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
อาคาร 22 คณะวิทยาการจัดการ 340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง
อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000
โทรศัพท์ : 044-009-009 ต่อ 2215
Website : <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jmsnrru>
E-Mail : JMS.NRRU@nrru.ac.th