



วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
Journal of Management Science
Nakhonratchasima Rajabhat University

JMS NRRU

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2569
Vol.5 No.1 January-June 2026

คณะวิทยาการจัดการ
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE

ISSN 2821-9538 (Print)

ISSN 2821-9546 (Online)





วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Journal of Management Science
Nakhonratchasima Rajabhat University

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2569
Vol.5 No.1 January-June 2026



ISSN 2821-9538 (Print)

ISSN 2821-9546 (Online)



วารสารวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Journal of Management Science Nakhonratchasima Rajabhat University

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2569



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

กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการบริหาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญรัตน์ วิเชียร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

รองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรวิทย์ คำเจริญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.รุ่งกานต์ มุสโกภาส

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ดร.ปฐมภรณ์ เก่าว์พัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ท้วมสุข

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง

สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา โชคเหริญสุขชัย

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์เนตรชนก บัวนาค

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิมล ตั้งประเสริฐ

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ปาโนรัมย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หนึ่งหทัย ขอผลกลาง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจนา ฐูปแก้ว

มหาวิทยาลัยเกริก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิช ธีระโคตร

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ กรองทิพย์ ชัยชาญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี โพธิ์ชาธาร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ฝ่ายพิสูจน์อักษร

ดร.รุ่งกานต์ มุสโกภาส

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ดร.ปฐมภรณ์ เก่าว์พัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

เจ้าหน้าที่ประจำวารสาร

นางสาวกันทิมา จาระนัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

นายเรืองเดช กุลชูศักดิ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer Review)

ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2569

■ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer Review)

รองศาสตราจารย์ ดร.ประนอม คำผา

รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ปาโนรัมย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมกร ไชยประสิทธิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จกมล จันทน์เรือง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชุตินา นิ่มนวล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกฤต สังข์เฉย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธารีทิพย์ เหล่าวิโรจน์กุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นาดยา เกตุสมบุรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นันทินี เอื้ออิม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัญจมาพร ผลเกิด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ลาวรรณ เหมพิจิตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลอศักดิ์ ฤทธิชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ลินดา พัฒนวิทยากุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมใจ บุญหมื่นไวย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา พยุงสิน

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

■ ผู้ทรงคุณวุฒิภายในประเมินบทความก่อนตีพิมพ์ (Peer Review)

รองศาสตราจารย์ ดร.เอกรัตน์ เอกศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐินี ทองดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุชจรี รักดีจ่อหอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริสรณ์เจริญ กมลลิ้มสกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภชานนท์ วนภู

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี โพธิ์ชาธาร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

สารจากคณบดี

กระผมขอแสดงความชื่นชมยินดีเป็นอย่างยิ่งที่วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ได้รับการรับรองจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre : TCI) ให้เป็นวารสารใหม่เข้าสู่ฐานข้อมูล TCI ในระดับฐาน 2 หรือ TCI 2 ตั้งแต่ปีที่ 4 ฉบับที่ 1

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์เนตรชนก บัวนาค บรรณาธิการวารสารในปีที่ 1-3 และทีมงานที่ได้ขับเคลื่อนวารสารจนเข้าสู่ฐานข้อมูล TCI ได้สำเร็จ ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภัยรัตน์ วิเชียร ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์เข้ามาสานงานเพื่อยกระดับวารสารต่อเนื่องในปีที่ 4 เป็นต้นไป

นอกจากนี้ ผมขอขอบคุณทีมงานคุณภาพของวารสารทุกท่านที่ได้ตั้งใจทำงานเพื่อพัฒนาวารสารมาอย่างต่อเนื่อง ผมมั่นใจว่าวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จะเป็นวารสารที่ได้รับความเชื่อมั่นจากนักวิชาการในการเผยแพร่ผลงานกับวารสารเป็นจำนวนมาก และขอให้ทีมงานรักษามาตรฐานของวารสารและพัฒนาวารสารให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นต่อไป



รองศาสตราจารย์ ดร.เอกรัตน์ เอกศาสตร์
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (JMS NRRU) ฉบับนี้เป็นฉบับประจำปีที 5 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน พ.ศ. 2569 กองบรรณาธิการยังคงมุ่งมั่นที่จะเผยแพร่ผลงานวิชาการในสาขาต่าง ๆ ที่มีคุณภาพต่อไป โดยในฉบับนี้มีบทความทั้งสิ้น 8 เรื่องที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรงตามสาขาวิชา ผลงานเหล่านี้สะท้อนถึงความก้าวหน้าทางวิชาการในสาขาวิทยาการจัดการที่ตอบโจทย์ยุคสมัย ประกอบด้วยด้านบริหารธุรกิจและการจัดการ ได้แก่ บทความ “ภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี” และ บทความ “การพัฒนาความไว้วางใจจากกวนซีสู่จีนเยริน ในความสัมพันธ์ทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการไทยและคู่ค้าชาวจีน” ด้านการเงินและบัญชี ได้แก่ บทความ “การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทน กรณีศึกษาน้ำพริกปลาตุ๋นอย่างบ้านโคกล่ามเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน” ด้านการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ได้แก่ บทความ “การพัฒนาระบบการจัดการสินค้าออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP เกษตรชุมชนบ้านสวนมะพร้าว จังหวัดสงขลา” และ บทความ “การพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจีโอพาร์คและการอนุรักษ์พอสซิลในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค” ด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ บทความ “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ด้วยกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม” และ บทความ “แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวพืชรักษ์: กรณีศึกษาสถานีรถไฟหัวลำโพง กรุงเทพมหานคร” และด้านเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ บทความ “ผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2557-2566” กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ร่วมกันกลั่นกรองและประเมินบทความอย่างรอบคอบ ตลอดจนขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการส่งบทความที่มีคุณภาพมาร่วมเผยแพร่ในวารสารฉบับนี้ สุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านในการต่อยอดองค์ความรู้ และกระตุ้นให้เกิดการพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมทางวิชาการอย่างต่อเนื่องต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อณูรัตน์ วิเชียร
บรรณาธิการ

สารบัญ

Table of Contents

บทความวิจัย (Research Article)

- ภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี.....1
Sportscape Factors Affecting the Revisit Intention for Badminton Courts
in Surat Thani Province
ณัฐมณี โรจน์สุจิตร์ และ วรณวิชัย ทองอินทรราช
- แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
ด้วยกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม.....18
Development of Historical Tourism
by Community Based Tourism Management Processes
สุชีรา ธนาวุฒิ, สุภาพร ลักษมีธนาสาร, เอกราช หนูแก้ว, พวงพรภัสสร วิริยะ, และ ชิดชนก ปรีชานันท์
- การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทน: กรณีศึกษาน้ำพริกปลาตุ๋นอย่างบ้านโคกล่าม
เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน.....32
A Study of Costs and Returns: A Case Study of Khok Lam Village's Grilled Catfish Chili
Paste to Promote Community Economy
เบญจมาศ อภิลิทธิภักดี, วิวัฒน์ อภิลิทธิภักดี, อภิวัฒน์ เพชรวงศ์, และ ภาณุพงศ์ ไบโพธิ์
- แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์:
กรณีศึกษาสถานีรถไฟหัวลำโพง กรุงเทพมหานคร.....45
Guidelines for Cultural Landscape Management for Museum Tourism:
A Case Study of Hua Lamphong Railway Station, Bangkok
พัทธ์ธีรา ผัดวงศ์, จิตตานันท์ มีทิศ, และ รติรัตน์ เขียวมีส่วน

สารบัญ

Table of Contents

- การพัฒนาความไว้วางใจจากกวานซี สู่ซินเยร์น ในความสัมพันธ์ทางธุรกิจ
ระหว่างผู้ประกอบการไทยและคู่ค้าชาวจีน.....62
The Development of Trust from guānxi to xinrèn in Business Relationships between
Thai Entrepreneurs and Chinese Partners
อนุพงศ์ ทิ้งในธรรม และ นงนุช ทิ้งในธรรมะ
- ผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อ
ต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2557-2566.....77
The Impact of the Policy Rate and Inflation
on the Stock Exchange of Thailand Index during 2014–2023
สปีณย์ณา ธรรมศรีสันต์
- การพัฒนาระบบการจัดการสินค้าออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP
เกษตรชุมชนบ้านสวนมะพร้าว จังหวัดสงขลา.....94
Development of an Online Product Management System for NP Mushroom
Community Enterprise in Ban Suan Maprao Community Agriculture,
Songkhla Province
อานนท์ บัวศรี, วัลลภา พัฒนา และ ชิดชนก มากเชื้อ
- การพัฒนาโมดูลคอร์สเรียนออนไลน์เพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านจีโอพาร์ค
และการอนุรักษ์ฟอสซิลในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค.....113
Development of an Online Learning Module to Enhance Knowledge of Geoparks
and Fossil Conservation in the Khorat Geopark Area
อภิสิทธิ์ เดิมสันเทียะ, เมธี ทองดี, และ ศิววิทย์ จันอรัญ
- คำแนะนำสำหรับการจัดทำต้นฉบับบทความ.....128
- รูปแบบการเขียนอ้างอิงในบทความของวารสารตามรูปแบบ APA Style.....136

ภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
Sportscape Factors Affecting the Revisit Intention for Badminton Courts
in Surat Thani Province

ณัฐมณี โรจน์สุจิตร์^{1,*} และ วรณวิชญ์ ทองอินทราน²

Nattamani Rodesujit^{1,*} and Wanwichanee Tongintarad²

Received 21 November 2025
Revised 15 March 2026
Accepted 1 May 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับภูมิทัศน์กีฬา การใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีอยู่ในระดับมาก และภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา (X_1) ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง (X_3) ด้านสภาพแวดล้อม (X_4) และด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ (X_5) ผลการวิจัยนี้สามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการต่อไป

คำสำคัญ: ภูมิทัศน์กีฬา, การใช้บริการซ้ำ, สนามแบดมินตัน

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

¹M.B.A., Student in Business Administration, Surat Thani Rajabhat University.

*Corresponding author, e-mail : Nattamani.r@gmail.com

²ปร.ด. การจัดการโลจิสติกส์, มหาวิทยาลัยบูรพา, 2557. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สังกัดสาขาวิชาการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

²Ph.D. Logistics Management, Burapha University, 2014. Assistant Professor for Master of Business Management program, Faculty of Management Sciences, Surat Thani Rajabhat University.

Abstract

This research aimed to investigate the sportscape factors affecting the revisit intention for badminton court services in Surat Thani. The sample consisted of 385 respondents. This study employed a quantitative research design, using a structured questionnaire to collect data from badminton court users in Surat Thani Province. Statistical methods used for data analysis included mean, standard deviation, and multiple linear regression analysis. The research findings revealed that the perceptions of badminton court users in Surat Thani regarding sportscape and revisit intention were at a high level. Furthermore, the sportscape factors that significantly affected the revisit intention of badminton court services in Surat Thani were stadium access (X_1), seating comfort (X_3), ambient conditions (X_4), and spatial layout (X_5). These findings can be utilized to develop strategies to enhance the competitive capabilities of business operators.

Keywords: Sportscape, Revisit Intention, Badminton Courts

บทนำ

ปัจจุบันกีฬาและกิจกรรมทางกายได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระดับโลก เนื่องจากบทบาทของกีฬาที่ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการเสริมสร้างสุขภาพทางกายเท่านั้น หากแต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจและสังคมในภาพรวม โดยกีฬาแบดมินตันถือเป็นหนึ่งในกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงในระดับนานาชาติ มีผู้เล่นและผู้สนใจจำนวนมากทั่วโลก โดยมีจำนวนผู้เล่นประมาณ 339 ล้านคน และมีผู้ที่ชื่นชอบกีฬาประเภทนี้ทั่วโลกประมาณ 735 ล้านคน (Brixen. Online. 2023) ทั้งนี้แบดมินตันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในทวีปเอเชีย ที่มีประเทศที่เล่นแบดมินตันมากที่สุด 7 ใน 10 ประเทศ (Mikkelsen. Online. 2023) ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและธุรกิจกีฬาประเภทแบดมินตันอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจสนามแบดมินตันมีการขยายตัว และมีการแข่งขันสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ในบริบทของประเทศไทย การส่งเสริมการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา ถูกกำหนดเป็นแผนปฏิรูปประเทศ ด้านสาธารณสุข และแผนพัฒนาจังหวัดสุราษฎร์ธานี (พ.ศ. 2566-2570) การเพิ่มศักยภาพการกีฬาทุกระดับอยู่ในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ โดยมีประเด็น คือ เสริมสร้างศักยภาพการกีฬาในการสร้างคุณค่าทางสังคมและพัฒนาประเทศ พัฒนาศักยภาพทางกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาอาชีพระดับโลก และจากการสำรวจข้อมูลการออกกำลังกาย เล่นกีฬาและนันทนาการของประชาชนประจำปี 2566 ของกรมพลศึกษา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมพลศึกษา. ออนไลน์. 2566.) พบว่า ในประเทศไทย กีฬาแบดมินตันมีความนิยมเป็นอันดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 1.42 ของประชาชนอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไปที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา เมื่อจำแนกตามประเภทกิจกรรม ทั้งนี้ ความนิยมของกีฬาแบดมินตันอาจเนื่องมาจากเป็นกีฬาที่สามารถเล่นได้ทุกเพศและทุกช่วงวัย ประกอบกับการเติบโตของตลาดสถานออกกำลังกายและสถานบริการด้านกีฬาในประเทศไทยส่งผลให้ธุรกิจสนามแบดมินตันมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีลักษณะการแข่งขันที่มีความเข้มข้นมากขึ้น ทั้งนี้จังหวัดสุราษฎร์ธานี ถือเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีจำนวนสนามแบดมินตันมากที่สุดในภาคใต้ จำนวน 18 แห่ง (ศูนย์รวมข้อมูลการแข่งขันแบดมินตัน ภาคเหนือ. ออนไลน์ 2568; สมาคมกีฬาแบดมินตันแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. ออนไลน์.

2568) การเพิ่มขึ้นของจำนวนสนามแบดมินตันดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยที่สามารถสร้างความแตกต่างและให้ลูกค้าตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ

งานวิจัยด้านการตลาดบริการและอุตสาหกรรมกีฬาให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานบริการ หรือที่เรียกว่า ภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) Wakefield, Blodgett and Sloan (1996) กล่าวว่า ภูมิทัศน์กีฬา ประกอบด้วย การจัดแผนผังพื้นที่ การออกแบบภายใน และการออกแบบภายนอก (เช่น สถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อม การออกแบบสถานที่) ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ส่งผลต่อการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้ใช้บริการ และความตั้งใจในการกลับมาชมกีฬาอีกครั้ง โดยแนวคิดนี้พัฒนาต่อยอดมาจากแนวคิดภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) ของ Bitner (1992) โดยภูมิทัศน์กีฬาเป็นบริบทของการบริการด้านสันทนาการและการชมกีฬาอย่างเหมาะสมที่ส่งผลในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ หากผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดีในครั้งแรกก็จะมีโอกาสกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต (Kotler and Keller. 2006 : 128; Wakefield and Blodgett. 1996 : 23) ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจสนามแบดมินตันควรให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่จะสอดคล้องกับผลการศึกษางานวิจัยในต่างประเทศพบว่า ภูมิทัศน์กีฬามีความสัมพันธ์กับการตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค ในบริบทของสนามกีฬาและศูนย์ออกกำลังกาย (Jeon, et al. 2021; Lee, Kim and Noh. 2022; Quansah. 2022; Mabasa and Masitenyane. 2024)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณางานวิจัยในบริบทของประเทศไทย พบว่างานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์กีฬา ยังมีจำนวนจำกัด โดยเฉพาะงานวิจัยที่มุ่งศึกษาภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำในธุรกิจสนามแบดมินตันในระดับจังหวัด งานวิจัยส่วนใหญ่ในอดีตมักมุ่งเน้นการศึกษาความพึงพอใจหรือความตั้งใจเชิงทัศนคติ มากกว่าการวิเคราะห์การรับรู้การใช้บริการซ้ำเชิงประจักษ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ด้านการตลาดบริการกีฬาในบริบทท้องถิ่น และนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภูมิทัศน์กีฬาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนของธุรกิจสนามแบดมินตันได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อภูมิทัศน์กีฬา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภูมิทัศน์กับการใช้บริการซ้ำ
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยภูมิทัศน์ต่อการใช้บริการซ้ำ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงภูมิทัศน์กีฬาในมุมมองของผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตัน ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจสนามแบดมินตัน สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจสนามแบดมินตัน เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริการเกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต
2. งานวิจัยนี้สามารถขยายองค์ความรู้ด้านการตลาดบริการกีฬา โดยประยุกต์แนวคิด ภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) มาศึกษาในบริบทของธุรกิจสนามแบดมินตัน ซึ่งเป็นธุรกิจกีฬาระดับท้องถิ่นที่ยังมีงานศึกษาจำกัดในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

1. ภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape)

Wakefield, Blodgett and Sloan (1996 : 17) อธิบายว่า ภูมิทัศน์กีฬา หมายถึง การจัดแผนผังพื้นที่การออกแบบภายใน และการออกแบบภายนอก (เช่น สถาปัตยกรรม สภาพแวดล้อม การออกแบบสถานที่) ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการตอบสนองทางอารมณ์และความตั้งใจที่จะกลับมาชมกีฬาอีกครั้งของผู้ใช้บริการ คำจำกัดความภูมิทัศน์กีฬานี้เป็นแนวความคิดที่พัฒนามาจากภูมิทัศน์บริการ ของ Bitner (1992) ภูมิทัศน์กีฬา มีอิทธิพลอย่างมากต่อความต้องการของผู้ชมที่จะอยู่ชมและสนับสนุนเกม สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นั้นส่งผลต่อการสนับสนุนทางกีฬาที่มากขึ้น และในปัจจุบันมีนักวิจัยหลายท่านได้ศึกษาและให้นิยามภูมิทัศน์กีฬาไว้ เช่น Quansah (2022 : 408-409) และ Lee, Kim and Noh (2022: 16-17) ได้นำเสนอแบบจำลองภูมิทัศน์กีฬาหรือภูมิทัศน์กีฬาในสถานที่เล่นกีฬา โดยอ้างอิงแนวคิดของ Wakefield, Blodgett and Sloan (1996) ซึ่งพัฒนามาต่อยอดมาจากแนวคิด ภูมิทัศน์บริการ ของ Bitner (1992) โดยอธิบายว่า ภูมิทัศน์กีฬา คือ ความสวยงามและการออกแบบของสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ และส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจกับคุณภาพเหล่านั้น โดย Quansah (2022 : 408-409) กล่าวเพิ่มเติมว่า ภูมิทัศน์กีฬาเป็นรูปแบบของบริการที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้และสัมผัสได้โดยตรง ซึ่งส่งผลต่อทั้งด้านอารมณ์และสรีรวิทยาของผู้ใช้บริการ โดยผลกระทบนี้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ส่วนภูมิทัศน์บริการนั้น Jeon, et al. (2021 : 2) อธิบายว่า ภูมิทัศน์บริการ เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่าง “การบริการ” และ “ภาพลักษณ์ของสถานที่” ซึ่งหมายถึงสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ โดยแนวคิดนี้ครอบคลุมองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น เงื่อนไขการใช้งาน การจัดวางพื้นที่ ป้าย สัญลักษณ์ และสิ่งตกแต่งต่าง ๆ ในบริบทของอุตสาหกรรมกีฬาและฟิตเนส แนวคิดดังกล่าวยังรวมถึงสภาพแวดล้อมโดยรวมของสถานที่ การจัดวางเชิงพื้นที่ ความสวยงาม ความสะอาดสบาย และความปลอดภัย ซึ่งล้วนมีผลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ Mabasa and Masitenyane (2024 : 176) ระบุว่า งานวิจัยด้านการบริโภคกีฬามักใช้คำว่า ภูมิทัศน์บริการ และ ภูมิทัศน์กีฬาในความหมายที่เหมือนกันได้ โดยภูมิทัศน์กีฬานั้น หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกของสนามกีฬาที่ช่วยสร้างความเพลิดเพลิน ตลอดจนทัศนียภาพของสนามซึ่งมีผลต่อประสบการณ์ของผู้ชมโดยตรง Jang and Baek (2024 : 2) กล่าวว่า ภูมิทัศน์บริการ เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่าง “การบริการ” (Service) และ “สภาพแวดล้อมของสถานที่” (Landscape) โดยหมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ถูกออกแบบขึ้นเพื่อรองรับการให้บริการแก่ผู้บริโภค แนวคิดนี้มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีของ Bitner (1992) ในขณะที่ ภูมิทัศน์กีฬา จะมุ่งเน้นไปที่สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่จัดกีฬา ซึ่งประกอบด้วย สภาพแวดล้อมโดยรอบ การจัดสรรพื้นที่และฟังก์ชันการใช้งาน ตลอดจนป้ายสัญลักษณ์ และสิ่งตกแต่งต่าง ๆ ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดนี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยสามารถจำแนกภูมิทัศน์กีฬาได้เป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา (Stadium access) ด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility aesthetics) ด้านความสะอาดสบายในการนั่ง (Seating comfort) ด้านสภาพแวดล้อม (Ambient conditions) และด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ (Spatial layout) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1. ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา (Stadium access) หมายถึง จุดเชื่อมโยงแรกระหว่างผู้ใช้บริการกับภูมิทัศน์กีฬา การเข้าถึงสนามกีฬาประกอบด้วยระยะทางในการเดินทาง ความพร้อมในการใช้งานสนามกีฬา ไปจนถึงการเข้าถึงพื้นที่จอดรถ ซึ่งล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจและประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ต้องการเสียเวลาค้นหาที่จอดรถ หรือเดินเท้าเป็นระยะทางไกลจากจุดจอดรถไปยังสนามกีฬา ดังนั้น การออกแบบลานจอดรถที่ดีจึงควรมีพื้นที่รองรับอย่างเพียงพอ ตลอดจนมีทางเข้า-ออกที่สะดวกสบายและหลากหลายเส้นทาง (Wakefield, Blodgett and Sloan. 1996 : 18-19; Quansah. 2022 : 410) นอกจากนี้ Mabasa and Masitenyane (2024 :

176-177) ยังได้กล่าวเสริมว่า การเข้าถึงสนามกีฬานั้นครอบคลุมรวมไปถึงความสะดวกและง่ายในการเดินทางมายังสนามกีฬาด้วย

1.2 ด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility aesthetics) หมายถึง ความสวยงามเชิงสุนทรียะของสถานที่ ซึ่งเกิดจากการออกแบบสถาปัตยกรรม รวมถึงการออกแบบและตกแต่งภายใน องค์ประกอบเหล่านี้มีส่วนสำคัญในการสร้างความน่าดึงดูดใจของภูมิทัศน์กีฬา เมื่อผู้ใช้บริการเข้าใกล้หรือเข้ามาในบริเวณสนามกีฬา ผู้ใช้บริการมักจะประเมินความน่าดึงดูดใจของสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งการประเมินดังกล่าวส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อสนามกีฬา (Wakefield, Blodgett and Sloan. 1996 : 19; Jeon, et al. 2021 : 3) อีกทั้ง Mabasa and Masitenyane (2024 : 176-177) ยังระบุว่าผู้ใช้บริการมักประเมินองค์ประกอบด้านความสวยงามเหล่านี้ตั้งแต่ช่วงที่กำลังเข้าสู่สนามกีฬา ดังนั้นความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวกจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความน่าดึงดูดใจโดยรวมของสนามกีฬา และสามารถเพิ่มหรือลดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้

1.3 ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง (Seating comfort) หมายถึง การจัดที่นั่งให้เหมาะสมและสะดวกสบาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ระยะเวลาการนั่ง ความนุ่มของเบาะ และลักษณะทางกายภาพของที่นั่ง เช่น ระยะห่างระหว่างที่นั่ง หากแคบเกินไปอาจทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกแออัด สภาพที่นั่งชำรุด หรือการจัดวางที่นั่งใกล้กันเกินไป ซึ่งล้วนส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับชม อีกทั้งการจัดที่นั่งและความกว้างของทางเดินควรเพียงพอ เพื่อรองรับการเคลื่อนไหวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ใช้บริการในขณะรับชมเกมการแข่งขันกีฬา (Wakefield, Blodgett and Sloan. 1996 : 21; Mabasa and Masitenyane. 2024 : 176-177; Quansah. 2022 : 409)

1.4 ด้านสภาพแวดล้อม (Ambient conditions) หมายถึง องค์ประกอบพื้นฐานของสภาพแวดล้อมภายในสถานบริการ เช่น คุณภาพอากาศ แสง เสียง ดนตรี กลิ่น และอุณหภูมิ ซึ่งล้วนส่งผลต่อการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การรับกลิ่น การรับรส และการสัมผัส (Bitner. 1992 : 65-66; Jeon, et al. 2021 : 3)

1.5 ด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ (Spatial layout) หมายถึง การจัดวางพื้นที่ อุปกรณ์ และเฟอร์นิเจอร์ภายในสถานที่ให้บริการ โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ระหว่างผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนไหว (Jeon, et al. 2021 : 3; Jang and Baek. 2024 : 4)

2. การใช้บริการซ้ำ (Revisit intention)

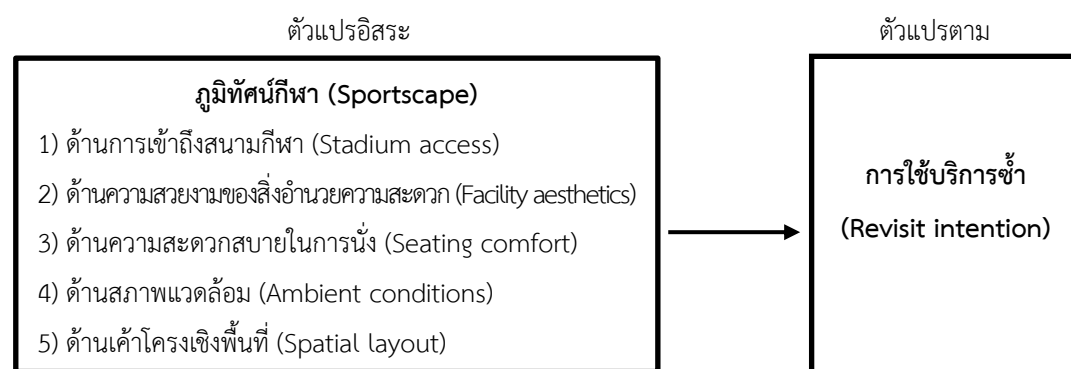
Hellier, et al. (2003 : 1764) กล่าวว่า การใช้บริการซ้ำเป็นความตั้งใจของลูกค้าในการตัดสินใจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยพิจารณาจากทั้งสถานการณ์ปัจจุบันและความเป็นไปได้ในอนาคตของตนเอง นอกจากนี้ความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้าหรือใช้บริการในครั้งแรก ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อซ้ำ (Kotler and Keller. 2006 : 128; Musskopf, et al. 2021 : 3) เมื่อลูกค้ามีความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างจริงจังและต้องการมีส่วนร่วมกับแบรนด์ ก็จะพัฒนาไปสู่ความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการนั้น ๆ ในที่สุด (Setiowati and Puti. 2012 : 157; วสุธิดา นฤตมนต์. 2564 : 14) ซึ่งสอดคล้องกับ Oliver (1999 : 33-34) ที่กล่าวว่า การซื้อซ้ำในสินค้าและบริการ เป็นส่วนหนึ่งของความภักดีต่อตราสินค้า เป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้สึกเชิงบวกของผู้บริโภคและนำไปสู่ความผูกพันอย่างลึกซึ้ง ความภักดีดังกล่าวไม่เพียงทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำ แต่ยังส่งเสริมให้เกิดการบอกต่อ โดยลูกค้าจะแพร่ประสบการณ์หรือประโยชน์ที่ได้รับไปยังผู้อื่นให้มาซื้อหรือใช้บริการต่อไป (Zeithaml, Berry and Parasuraman. 1996 : 31; Setiowati and Puti. 2012 : 157) นอกจากนี้ Wang and Chiu (2023 : 149) ระบุว่า ความตั้งใจในการซื้อซ้ำเป็นหนึ่งในผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมที่สำคัญ

ที่สุด เนื่องจากช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเอื้อต่อการรักษาผลกำไรของธุรกิจในอนาคตบริการ ดังนั้น การกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำของลูกค้าจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการใช้จ่ายของผู้บริโภค (เช่น ค่าธรรมเนียมสมาชิก หรือค่าธรรมเนียมการสอน) ถือเป็นแหล่งรายได้หลักที่สร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ สอดคล้องกับ Musskopf, et al. (2021 : 3) กล่าวไว้ว่า การรักษาลูกค้าเป็นภารกิจสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการรู้จัก ดึงดูด บริการ และจัดการความสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ ถือเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ บงกชกร หงษ์สาม (2564 : 66) ยังระบุว่า การใช้บริการซ้ำของลูกค้า หมายถึง การที่ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง หรืออาจจะเป็นการที่ลูกค้ามาใช้บริการแล้ว บอกต่อให้เพื่อน เครือข่าย ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือญาติของตนเองให้มาใช้บริการ

ผู้วิจัยนำแนวคิดภูมิทัศน์กีฬาและการใช้บริการซ้ำมาเป็นกรอบในการศึกษา แม้ว่าการศึกษเกี่ยวกับภูมิทัศน์กีฬาที่ผ่านมาจะเน้นไปที่บริบทของสนามกีฬาสำหรับผู้ชม เช่น สนามฟุตบอล สนามเบสบอล ผู้วิจัยจะนำแนวคิดภูมิทัศน์กีฬาดังกล่าวมาประยุกต์กับบริบทของสนามแบดมินตันโดยเน้นที่สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเล่นกีฬาและประสบการณ์ของผู้ใช้บริการเป็นหลัก โดยพิจารณาจากการเข้าถึงสนามกีฬา ความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกสบายในการนั่ง สภาพแวดล้อมและเค้าโครงเชิงพื้นที่ ที่ผู้ใช้บริการรับรู้ส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้บริการให้เกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำได้

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยกำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: สังเคราะห์จากการทบทวนวรรณกรรมโดยผู้วิจัย, 2568

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นบุคคลที่ใช้บริการเช่าสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการคำนวณจากสูตร Cochran (1953) และการประมาณการขนาดตัวอย่างใช้ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ที่ระดับความเชื่อมั่น

95% ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เท่ากับ 385 คน ผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบสะดวก โดยกำหนดสัดส่วนตัวอย่างตามพื้นที่ (quota) ซึ่งจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำนวน 18 แห่ง ภายใต้ 8 อำเภอ (ศูนย์รวมข้อมูลการแข่งขันแบดมินตันภาคเหนือ. ออนไลน์. 2568; สมาคมกีฬาแบดมินตันแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. ออนไลน์. 2568) โดยใช้สูตรคำนวณสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนสนามแบดมินตันจำแนกตามอำเภอในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี มีจำนวนสนามแบดมินตัน 7 แห่ง คิดเป็น 151 ตัวอย่าง อำเภอพุนพิน มีจำนวนสนามแบดมินตัน 2 แห่ง คิดเป็น 43 ตัวอย่าง อำเภอบ้านนาสาร มีจำนวนสนามแบดมินตัน 1 แห่ง คิดเป็น 21 ตัวอย่าง อำเภอบ้านนาเดิม มีจำนวนสนามแบดมินตัน 1 แห่ง คิดเป็น 21 ตัวอย่าง อำเภอเวียงสระ มีจำนวนสนามแบดมินตัน 1 แห่ง คิดเป็น 21 ตัวอย่าง อำเภอไชยา มีจำนวนสนามแบดมินตัน 1 แห่ง คิดเป็น 21 ตัวอย่าง อำเภอเกาะสมุย มีจำนวนสนามแบดมินตัน 4 แห่ง คิดเป็น 86 ตัวอย่าง และอำเภอเกาะพะงัน มีจำนวนสนามแบดมินตัน 1 แห่ง คิดเป็น 21 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบคำถามคัดกรอง เพื่อระบุกลุ่มเป้าหมายผู้ที่ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเท่านั้น ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านเพศ อายุ วุฒิการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสนามแบดมินตันที่ใช้บริการบ่อยที่สุดในอำเภอใด ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภูมิทัศนิกภาพ และตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการซ้ำ โดยตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปลายปิด มีตัวเลือกให้ในการตอบ ตอนที่ 3 และ ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายปิดแบบให้คะแนน (Scale question) ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เป็นการวัดความคิดเห็น 5 ระดับ

3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากตำรา หนังสือ เอกสาร วารสาร ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศนิกภาพและการใช้บริการซ้ำ เพื่อให้ได้มาซึ่งตัวแปรที่เกี่ยวข้องสำหรับการสร้างแบบสอบถาม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวัดค่าตัวแปรและอ้างอิง

การวัดค่าตัวแปร	การอ้างอิง	การวัดค่าตัวแปร	การอ้างอิง
ภูมิทัศนิกภาพด้านการเข้าถึงสนามกีฬา		ภูมิทัศนิกภาพด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก	
สนามแบดมินตันมีเส้นทางที่ง่ายต่อการเดินทาง	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996)	สนามแบดมินตันมีการตกแต่ง	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996)
เช่น เส้นทางที่สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย	Quansah (2022)	ภายนอกที่สวยงาม สามารถสร้างบรรยากาศที่น่าสนใจและดึงดูด	Jeon, et al. (2021)
ทั้งจากพื้นที่พักอาศัยและสถานที่สำคัญต่าง ๆ	Mabasa and Masitenyane (2024)	ผู้ให้บริการได้	Lee, Kim and Noh (2022)
มีการจัดการระบบคมนาคมที่ชัดเจนและสามารถเดินทางได้โดยไม่เกิดความยุ่งยาก			
สนามแบดมินตันมีการจัดเตรียมพื้นที่สำหรับจอดรถที่เพียงพอ รองรับจำนวนผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสนามและลดปัญหาการจอดรถ	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996)	สนามแบดมินตันมีการทาสีภายใน ด้วยสีเส้นที่โดดเด่น มีความน่า	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996)
	Quansah (2022)	ตื่นเด่น สามารถเพิ่มความสุขสนุกสนาน	Lee, Kim and Noh (2022)
	Mabasa and Masitenyane (2024)	ในระหว่างการแข่งขันและการรับชม	

ตารางที่ 1 การวัดค่าตัวแปรและอ้างอิง (ต่อ)

การวัดค่าตัวแปร	การอ้างอิง	การวัดค่าตัวแปร	การอ้างอิง
ภูมิทัศน์กีฬาด้านการเข้าถึงสนามกีฬา		ภูมิทัศน์กีฬาด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก	
สนามเบตมินตันมีการออกแบบพื้นที่ให้มีทางเข้า-ออกหลายจุด เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงและออกจากสนามลดความแออัด และอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายผู้ใช้บริการ	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996) Mabasa and Masitenyane (2024)	สนามเบตมินตันมีการออกแบบสถาปัตยกรรมภายนอกที่ทันสมัยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่น่าสนใจและเหมาะสมสำหรับการใช้งาน	Jeon, et al. (2021)
สนามเบตมินตันมีการติดตั้งป้ายที่มีความโดดเด่นและมองเห็นได้ง่าย เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาทางเข้าถึงสนามได้สะดวกและรวดเร็ว โดยไม่มีความสับสน	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996)	สนามเบตมินตันมีการตกแต่งภายในอุปกรณ์ที่ใช้มีความกลมกลืนกันเกิดความสวยงามสบายตา	Jeon, et al. (2021) Lee, Kim and Noh (2022)
ภูมิทัศน์กีฬาด้านความสะดวกสบายในการนั่ง		ภูมิทัศน์กีฬาด้านสภาพแวดล้อม	
สนามเบตมินตันมีเก้าอี้ที่มีช่องว่างระหว่างพื้นที่นั่ง ไม่เกิดความรู้สึกอึดอัด เช่น พื้นที่สำหรับเข้า พื้นที่สำหรับตั้งแขน	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996) Quansah (2022) Lee, Kim and Noh (2022)	สนามเบตมินตันมีอุณหภูมิที่เหมาะสม ช่วยให้ผู้เล่นรู้สึกสบายในการแข่งขันและฝึกซ้อม	Bitner (1992) Jeon, et al. (2021) Jang and Baek (2024)
สนามเบตมินตันมีเก้าอี้ที่มีขนาดความกว้างของที่นั่งเหมาะสมสำหรับผู้รับชมและนักกีฬา	Wakefield, Blodgett and Sloan (1996) Quansah (2022)	สนามเบตมินตันมีแสงสว่างที่เหมาะสมอยู่ในมาตรฐานที่กำหนด มีความสม่ำเสมอทั่วทั้งสนาม สำหรับการมองเห็นของลูกชนไก่และการขยับของคู่แข่งได้อย่างชัดเจน	Bitner (1992) Jeon, et al. (2021) Jang and Baek (2024)
สนามเบตมินตันมีการแยกโซนที่นั่งพักเป็นสัดส่วนสำหรับผู้รับชมและนักกีฬา	Mabasa and Masitenyane (2024)	สนามเบตมินตันมีการระบายอากาศที่ดี ไม่มีกลิ่นอับชื้น จากเหงื่อ รองเท้า พื้นสนาม และอุปกรณ์ต่าง ๆ	Bitner (1992) Jang and Baek (2024) Jeon, et al. (2021) Lee, Kim and Noh (2022)
สนามเบตมินตันมีจำนวนที่นั่งเพียงพอสำหรับผู้รับชมและนักกีฬา	Mabasa and Masitenyane (2024)	สนามเบตมินตันมีการรักษาความสะอาดของพื้นสนาม ค่ายา เสื่อ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในสนามให้ปราศจากสิ่งสกปรก ฝุ่น หรือคราบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เล่นสามารถแข่งขันได้อย่างปลอดภัยและมีสุขอนามัยที่ดี	Bitner (1992) Jang and Baek (2024)
ภูมิทัศน์กีฬาด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่		การใช้บริการซ้ำ	
สนามเบตมินตันมีการจัดพื้นที่ตามมาตรฐานสากล มีลักษณะและขนาดที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนตามกฎของสหพันธ์เบตมินตันโลก (BWF) เช่น ขนาดสนาม พื้นที่เสริม เส้นขอบสนาม พื้นสนาม เสื่อและค้ายา	Jeon, et al. (2021)	ท่านตั้งใจกลับมาใช้บริการสนามเบตมินตันเดิมเมื่อมีโอกาส	Wang and Chiu (2023) Quansah (2022) ประทุม ขอบใจ และคณะ (2567) สุขุม อันทอง วัลลภา พัฒนา และพิเชษฐ พรหมใหม่ (2565)

ตารางที่ 1 การวัดค่าตัวแปรและอ้างอิง (ต่อ)

การวัดค่าตัวแปร	การอ้างอิง	การวัดค่าตัวแปร	การอ้างอิง
ภูมิทัศน์กีฬาต้านเค้าวางแข่งพื้นที่		การใช้บริการซ้ำ	
สนามแบดมินตันมีการจัดวางผังภายใน เหมาะสมกับกิจกรรมที่ใช้	Jeon, et al. (2021) Jang and Baek (2024)	ท่านจะกลับมาใช้บริการสนาม แบดมินตันเดิม แม้ว่าค่าบริการ สนามแบดมินตันจะสูงขึ้นก็ตาม	Huang and Kim (2023)
สนามแบดมินตันมีจำนวนคอร์ตที่เพียงพอต่อ ความต้องการของผู้ใช้บริการ	Jeon, et al. (2021) Jang and Baek (2024)	ท่านยังคงใช้บริการสนาม แบดมินตันเดิม แม้ว่าจะมีสนาม แบดมินตันเปิดใหม่	ประทุม ขอบใจ และคณะ (2567) ลัดดักส์ สารณู โสธยา สุภณ และศิริรัตน์ กองยอด (2564) สุขุม อินทอง, วัลลภา พัฒนา และพิเชษฐ พรหมใหม่ (2565)
สนามแบดมินตันมีการจัดวางพื้นที่ ทำให้การ เคลื่อนที่ของนักกีฬาและผู้ชม เข้าออกได้ง่าย สะดวก	Jeon, et al. (2021)	ท่านจะช่วยประชาสัมพันธ์ให้กับ ลูกค้าอื่น ๆ ได้มาใช้บริการสนาม แบดมินตัน	Huang and Kim (2023) Jeon, et al. (2021)

จากนั้นนำเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ และนำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of congruence: IOC) ผลการคำนวณค่า IOC มี 31 ข้อ อยู่ในช่วง 0.67 - 1 ซึ่งผลการคำนวณมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 แสดงว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องสามารถนำไปใช้ได้ (กัลยา วาณิชยปัญญา และฐิตา วาณิชยปัญญา. 2567) และนำเครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยวิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's coefficient alpha) เท่ากับ 0.96 ซึ่งมีความมากกว่า 0.7 แสดงว่าความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ (Cronbach. 1970)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 385 ชุด โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ แจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดีย และลงพื้นที่เก็บข้อมูล ณ สนามแบดมินตัน โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2568 และเมื่อได้รับการตอบแบบสอบถามครบจำนวนตามสัดส่วนตัวอย่างในแต่ละอำเภอ กำหนดให้คะแนนลำดับของแต่ละข้อเพื่อนำไปวิเคราะห์โดยวิธีทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS Statistics และได้วิเคราะห์ความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากวิธีรวบรวมข้อมูลร่วมกัน (Common Method Bias: CMB) ด้วยวิธี Harman's single factor test มีค่าเท่ากับร้อยละ 45.25 ซึ่งมีความน้อยกว่าร้อยละ 50.00 แสดงว่าแบบสอบถามไม่มีความลำเอียง (Podsakoff, et al. 2003)

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ ส่วนตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบกับการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple linear regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

ผลการวิจัย

1. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.73 อายุอยู่ในช่วง 22 - 35 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 40.26 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 56.10 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.14 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 41.04 มีความถี่ในการใช้บริการไม่เกิน 1 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.56 และใช้บริการสนามแบดมินตันในอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.23

2. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของภูมิทัศนิกภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการรับรู้เกี่ยวกับภูมิทัศนิกภาพโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.19, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย มีด้านที่อยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด จำนวน 2 ข้อ คือ ด้านสภาพแวดล้อม ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.58) และด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.21, S.D. = 0.66) และด้านที่อยู่ในระดับการรับรู้มาก จำนวน 3 ข้อ คือ ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.68) ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = 0.77) และด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$ = 4.06, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

3. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการใช้บริการซ้ำ พบว่า ผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการตั้งใจเกี่ยวกับการใช้บริการซ้ำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.19, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณารายข้อคำถามอยู่ในระดับความคิดเห็นมากทั้งหมด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ข้อคำถามที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด จำนวน 2 ข้อ คือ ท่านตั้งใจกลับมาใช้บริการสนามแบดมินตันเดิมเมื่อมีโอกาส ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.71) รองลงมาท่านจะช่วยประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าอื่น ๆ ได้มาใช้บริการสนามแบดมินตัน ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = 0.80) ข้อคำถามที่อยู่ในระดับความคิดเห็นมาก จำนวน 2 ข้อ คือ ท่านยังคงใช้บริการสนามแบดมินตันเดิม แม้ว่าจะมีสนามแบดมินตันเปิดใหม่ ($\bar{X}$ = 4.19, S.D. = 0.79) และท่านจะกลับมาใช้บริการสนามแบดมินตันเดิม แม้ว่าค่าบริการสนามแบดมินตันจะสูงขึ้นก็ตาม ($\bar{X}$ = 4.14, S.D. = 0.79) ตามลำดับ

4. แสดงผลการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร ตามวิธี Pearson Correlation Coefficient ระหว่างภูมิทัศนิกภาพ ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านได้แก่ ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา (X_1) ด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก (X_2) ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง (X_3) ด้านสภาพแวดล้อม (X_4) ด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ (X_5) กับการใช้บริการซ้ำ (Y) แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร ตามวิธี Pearson correlation coefficient

ตัวแปร	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	Y
X_1	-	0.73*	0.76*	0.71*	0.75*	0.70*
X_2		-	0.77*	0.67*	0.70*	0.62*
X_3			-	0.75*	0.75*	0.70*
X_4				-	0.78*	0.67*
X_5					-	0.69*
Y						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร ตามวิธี Pearson correlation coefficient เพื่อตรวจสอบเงื่อนไขการเกิด Multicollinearity พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรไม่เกิน 0.8 แสดงว่าตัวแปรทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (Hair, et al. 2010) แสดงให้เห็นถึงความเป็นอิสระของตัวแปรทุกตัวแปร ทำให้สามารถนำไปวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple linear regression) ต่อไปได้และเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ผู้วิจัยได้พิจารณา ค่า Tolerance และค่า VIF (Variance inflation factors) ตามที่ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple linear regression) ด้วยวิธี Enter ในการหาค่า Tolerance และค่า VIF เพื่อพิจารณาการเกิด Multicollinearity ดังแสดงผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุด้วยวิธี ENTER เพื่อการตรวจสอบเงื่อนไขการเกิด Multicollinearity

ตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบ	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา	0.30	3.24
ด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวก	0.34	2.94
ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง	0.26	3.79
ด้านสภาพแวดล้อม	0.31	3.16
ด้านค่าใช้จ่าย	0.28	3.52

จากตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุด้วยวิธี ENTER เพื่อการตรวจสอบเงื่อนไขการเกิด Multicollinearity พบว่า ค่า Tolerance ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์มากกว่า 0.2 ซึ่งเป็นค่าที่เหมาะสม (Pedhazur. 1997) และค่า VIF ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระจากกัน (Hair, et al. 2010) ซึ่งทั้งสองค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้

5. จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter พบดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ด้วยวิธี Enter

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	100.93	5	20.18	109.00	0.00*
Residual	70.18	379	0.18		
Total	171.12	384			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ พบว่า ค่า Sig. < 0.05 แสดงว่าภูมิทัศน์กีฬาส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากนั้นไปวิเคราะห์ผลการทดสอบภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	β		
คงที่ (Constant)	0.68	0.17		3.97	0.00
1. ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา (X_1)	0.25	0.05	0.26	4.41	0.00*
2. ด้านความสวยงามของสิ่ง อำนวยความสะดวก (X_2)	0.02	0.04	0.03	0.56	0.57
3. ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง (X_3)	0.18	0.05	0.21	3.42	0.00*
4. ด้านสภาพแวดล้อม (X_4)	0.17	0.06	0.15	2.67	0.00*
5. ด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ (X_5)	0.18	0.06	0.18	2.95	0.00*
R = 0.76, R Square = 0.59, Adjusted R Square = 0.58, SE = 0.43, F = 109.00					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานของภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเรียงลำดับด้านที่ส่งผลมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา (X_1) ($\beta = 0.26$, Sig. < 0.05) ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง (X_3) ($\beta = 0.21$, Sig. < 0.05) ด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ (X_5) ($\beta = 0.18$, Sig. < 0.05) ด้านสภาพแวดล้อม (X_4) ($\beta = 0.15$, Sig. < 0.05) และด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ($\beta = 0.03$, Sig. > 0.05) สามารถสร้างเป็นสมการทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้ $Y = 0.68 + (0.25)X_1 + (0.18)X_3 + (0.18)X_5 + (0.17)X_4$ ซึ่งมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ ร้อยละ 58.00 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE) เท่ากับ 0.43 ซึ่งความคลาดเคลื่อนอาจจะมีปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการซ้ำสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงในการอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การศึกษาภูมิทัศน์กีฬาของผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีการรับรู้เกี่ยวกับภูมิทัศน์กีฬาในเชิงบวก มีค่าเฉลี่ยที่ระดับการรับรู้มาก แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับภูมิทัศน์กีฬามาก

ประเด็นการรับรู้ดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jang and Baek (2024) และงานวิจัยของ Lee, Kim and Noh (2022) แต่งานวิจัยทั้ง 2 เรื่องนี้เป็นประเด็นการรับรู้เกี่ยวกับภูมิทัศน์บริการ โดย Jang and Baek (2024 : 6) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้การรับรู้ของภูมิทัศน์บริการสำหรับการปรับปรุงศูนย์ออกกำลังกาย และงานวิจัยของ Lee, Kim and Noh (2022 : 26) พบว่า ผู้บริโภครับรู้ภูมิทัศน์บริการในสนามเบสบอลอาชีพของเกาหลี

2. การศึกษาการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีระดับความตั้งใจใช้บริการซ้ำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang and Chiu (2023 : 155) พบว่า ผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายมีความคิดเห็นในระดับมากต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ และงานวิจัยของประทุม ขอบใจ และคณะ (2567 : 281) พบว่า ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬากรุงเทพมหานคร ภาพรวมจัดอยู่ในระดับมากที่สุด

3. การศึกษาภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษา พบว่า ภูมิทัศน์กีฬาส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะของการเล่นแบดมินตันซึ่งเป็นกิจกรรมกีฬาเพื่อสุขภาพที่สามารถเล่นได้สม่ำเสมอและนิยมเล่นเป็นกลุ่มเพื่อนหรือชุมชนกีฬา และสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมักทำหน้าที่เป็นพื้นที่สำหรับการออกกำลังกายและมีการจัดตั้งกลุ่มหรือชมรมของผู้เล่นกีฬาในท้องถิ่น อาจทำให้เกิดความผูกพันต่อสถานที่ และเกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jeon, et al. (2021 : 11) พบว่า ภูมิทัศน์กีฬาส่งผลต่อการรับรู้การบริการในศูนย์ออกกำลังกายซึ่งช่วยเพิ่มประสบการณ์ด้านอารมณ์ และความคล่องตัวในการใช้พื้นที่ของผู้ใช้บริการ รวมถึงความภักดีโดยอ้อม ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำและบอกต่อผู้อื่น เมื่อพวกเขามีความพึงพอใจในศูนย์ออกกำลังกาย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Quansah (2022 : 418) ที่พบว่าระดับความคิดเห็นต่อภูมิทัศน์กีฬามีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้ชมที่จะเข้าชมเกมการแข่งขันในทั้งสี่ประเทศของแอฟริกาใต้สะฮารา และ Mabasa and Masitenyane (2024 : 178) พบว่า ภูมิทัศน์ของสนามกีฬาส่งผลสูงในด้านความพึงพอใจของผู้ชมภายในสนามกีฬาต่อความเต็มใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ประกอบกับงานวิจัยของ Lee, Kim and Noh (2022 : 26) พบว่า ภูมิทัศน์บริการในสนามเบสบอลอาชีพของเกาหลี ส่งผลอย่างมากต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค

4. ผลการศึกษารายด้านของภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ด้านการเข้าถึงสนามกีฬา ด้านความสะดวกสบายในการนั่ง ด้านสภาพแวดล้อม และด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านการเข้าถึงสนามกีฬาส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจาก ผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับการจัดเตรียมพื้นที่สำหรับการจอดรถที่เพียงพอ รองรับจำนวนผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสมมากที่สุด เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสนามและลดปัญหาการจราจร รวมถึงการมีเส้นทางที่ง่ายต่อการเดินทาง เช่น เส้นทางที่สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่ายทั้งจากพื้นที่พักอาศัยและสถานที่สำคัญต่าง ๆ มีการจัดการระบบคมนาคมที่ชัดเจนและสามารถเดินทางได้โดยไม่เกิดความยุ่งยาก ประกอบกับมีการติดตั้งป้ายที่มีความโดดเด่นและมองเห็นได้ง่าย เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาทางเข้าถึงสนามได้สะดวกและรวดเร็ว โดยไม่มีความสับสน และต้องมีการออกแบบพื้นที่ให้มีทางเข้า-ออกหลายจุดเพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงและออกจากสนาม ลดความแออัด และอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายผู้ใช้บริการ ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mabasa and Masitenyane (2024 : 179) พบว่า ด้านการเข้าถึงสนามกีฬามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ชม ความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างความพึงพอใจของผู้ชมและความเต็มใจที่จะกลับมาชมอีกครั้ง

แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Quansah (2022 : 418) ที่พบว่า ด้านการเข้าถึงสนามกีฬาไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจต่อสนามกีฬา และความตั้งใจที่จะเข้าชมเกม

ด้านความสะดวกสบายในการนั่งส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับจำนวนที่นั่งเพียงพอ เก้าอี้มีขนาดความกว้างที่เหมาะสม มีช่องว่างระหว่างพื้นที่นั่ง ที่ทำให้ไม่เกิดความรู้สึกอึดอัด เช่น พื้นที่สำหรับเข้า พื้นที่สำหรับตั้งแขน โดยมีการแยกโซนที่นั่งพักเป็นสัดส่วนสำหรับผู้รับชมและนักกีฬา ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mabasa and Masitenyane (2024 : 179) พบว่า ด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ชม โดยมีความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างความพึงพอใจของผู้ชม และความเต็มใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง อีกทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Quansah (2022 : 418) ซึ่งพบว่า ความสะดวกสบายของที่นั่ง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้ชมที่จะเข้าชมเกมการแข่งขันของแฟนบอลชาวแอฟริกาใต้ สะท้อนให้เห็นว่าด้านความสะดวกสบายในการนั่งมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญโดยรวมและในทั้งสี่ประเทศที่ทำการศึกษา ซึ่งแตกต่างกับ Lee, Kim and Noh (2022 : 26) พบว่า ความสะดวกสบายในการนั่งไม่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่จะส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ด้านสภาพแวดล้อมส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากผู้ใช้บริการสนามแบดมินตัน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับความสว่างที่เหมาะสมอยู่ในมาตรฐานที่กำหนด มีความเหมาะสมทั่วทั้งสนาม ที่ส่งผลทำให้การมองเห็นของลูกขนไก่และการขยับของคู่แข่งได้อย่างชัดเจน รวมถึงมีการรักษาความสะอาดของพื้นสนาม ตาข่าย เสา และอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในสนามให้ปราศจากสิ่งสกปรก ฝุ่นหรือคราบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถแข่งขันได้อย่างปลอดภัยและมีสุขอนามัยที่ดี โดยต้องมีการระบายอากาศที่ดี ไม่มีกลิ่นอับชื้นจากเหงื่อ รองเท้า พื้นสนาม และอุปกรณ์ต่าง ๆ อีกทั้งอุณหภูมิที่เหมาะสม ช่วยให้ผู้ใช้บริการรู้สึกสบายในการแข่งขันและฝึกซ้อม ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jeon, et al. (2021 : 11) พบว่าการ ผู้ใช้บริการศูนย์ออกกำลังกายต้องการอุณหภูมิ แสงสว่างและสภาพแวดล้อมที่มีความเหมาะสม สภาพแวดล้อมการบริการทางกายภาพเชิงบวกนี้ ช่วยให้ผู้ใช้บริการในศูนย์ออกกำลังกาย ได้สัมผัสกับอารมณ์เชิงบวกที่หลากหลายและซึมซับความรู้ความเข้าใจในพื้นที่ของฟิตเนสเซ็นเตอร์ได้

ด้านเค้าโครงเชิงพื้นที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากผู้ใช้บริการสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้ความสำคัญกับการจัดพื้นที่ตามมาตรฐานสากล มีลักษณะและขนาดที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนตามกฎของสหพันธ์แบดมินตันโลก (BWF) เช่น ขนาดสนาม พื้นที่เสริม เส้นขอบสนาม พื้นสนาม เสาและตาข่าย และการจัดวางผังภายในเหมาะสมกับกิจกรรมที่ใช้งาน โดยต้องมีการจัดวางพื้นที่ ทำให้การเคลื่อนที่ของนักกีฬาและผู้ชม เข้าออกได้ง่าย สะดวก และมีจำนวนคอร์ตที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jeon, et al. (2021 : 11) พบว่า การเคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในศูนย์ออกกำลังกายต้องมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดวางอุปกรณ์ที่มีความเหมาะสม ประกอบกับมีพื้นที่ออกกำลังกายที่กว้างและเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ

ด้านความสวยงามของสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ ผู้วิจัยพบว่า สนามแข่งขันหรือสนามฝึกซ้อมในจังหวัดสุราษฎร์ธานีหลายแห่งมีการตกแต่งที่เรียบง่าย แม้จะเป็นสนามมาตรฐานระดับประเทศ เนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับสถานที่เพื่อฝึกซ้อมและแข่งขัน โดยประสิทธิภาพในการเล่นกีฬาหรือการแข่งขันสำคัญกว่าความสวยงาม ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ Mabasa and Masitenyane (2024) และ Lee, Kim and Noh (2022) ที่ศึกษาภูมิทัศน์ของสนามฟุตบอล สนามเบสบอล พบว่าพื้นที่ที่สวยงามส่งผลกระทบต่อ

ความพึงพอใจของผู้บริโภคและความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เนื่องจากความสวยงามของสนามฟุตบอลหรือสนามเบสบอล เป็นการดึงดูดการกลับมาใช้บริการซ้ำในบริบทของผู้ชมที่มารับชมการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 จากผลการวิจัยภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานี นำไปสู่ข้อเสนอแนะที่ส่งผลต่อการวางแผนของผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมาใช้เป็นข้อมูล เพื่อปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจสนามแบดมินตัน เช่น การปรับปรุงพื้นที่สำหรับจอดรถ การจัดการที่นั่งให้มีจำนวนเพียงพอและนั่งได้สะดวกสบาย การจัดการความสว่าง พื้นที่ขนาดสนาม พื้นที่เสริม เส้นขอบสนาม พื้นสนาม เสาและตาข่าย ที่เหมาะสมอยู่ในมาตรฐานที่กำหนด รวมถึงความสะอาดของอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดี เป็นต้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

1.2 ผลการวิจัยในครั้งนี้ช่วยขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดภูมิทัศน์กีฬา (Sportscape) โดยแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่ให้บริการกีฬา สามารถส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการได้ โดยเฉพาะในบริบทของสนามแบดมินตันในระดับท้องถิ่น นอกจากนี้งานวิจัยยังช่วยยืนยันแนวคิดที่ว่าสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการกีฬาเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้บริการและการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยในการจัดการธุรกิจกีฬาและการจัดการสถานที่ให้บริการกีฬาในบริบทพื้นที่อื่นต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มประชากรในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อดูความแตกต่างของภูมิทัศน์กีฬาของสนามแบดมินตันที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ

2.2 ควรเพิ่มเติมศึกษาเชิงลึกในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับความคิดเห็นของเจ้าของธุรกิจและผู้ใช้บริการเกี่ยวกับภูมิทัศน์กีฬาของสนามแบดมินตันที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำ

2.3 ควรศึกษาเปรียบเทียบกับอื่น ๆ ควบคู่กับภูมิทัศน์กีฬาที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของสนามแบดมินตันที่จะช่วยนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันต่อไป

รายการอ้างอิง

- กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมพลศึกษา. (2566). รายงานการสำรวจข้อมูลการออกกำลังกายเล่นกีฬา และ นันทนาการของประชาชน ประจำปี 2566. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.dpe.go.th/page/manual/content/haVznRhiNzu5OVjePuj2BA%253d%253d>. [6 มิถุนายน 2567].
- กัลยา วานิชย์บัญชา และฐิตา วินิชย์บัญชา. (2567) การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 36. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บงกชกร หงส์สาม. (2564). บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของลูกค้าศูนย์วิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัย การกีฬาแห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำปาง

- ประทุม ขอบใจ และคณะ. (พฤศจิกายน-ธันวาคม 2567). “คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการศูนย์กีฬากรุงเทพมหานคร.” *Thai Journal of Health, Physical Education and Recreation*. 50(3) : 275-288.
- ลัดดาวัลย์ สำราญ ไสยา สุภาพล และตรีรัตน์ กองยอด. (พฤศจิกายน-ธันวาคม 2564). “คุณภาพบริการและประสิทธิภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ บริษัท โปรชนียไทย จำกัด.” *วารสารรัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการ*. 4(4) : 65-78.
- วสุธิดา นฤตมณต์. (กันยายน-ธันวาคม 2564). “การรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการซ้ำร้านอาหารญี่ปุ่น.” *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. 11(3) : 11-23.
- ศูนย์รวมข้อมูลการแข่งขันแบดมินตัน ภาคเหนือ. (2568). *สนามแบดมินตันในประเทศไทย แบ่งตามภาค*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://northbadminton.blogspot.com/p/blog-page.html>. [16 สิงหาคม 2568].
- สมาคมกีฬาแบดมินตันแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. (2568). *ประวัติกีฬาแบดมินตันในประเทศไทย*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.badmintonthai.or.th/about/history>. [6 มิถุนายน 2568].
- สุขุม อันทอง วัลลภา พัฒนา และพิเชษฐ พรหมใหม่. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565). “คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำสถานี่รถไฟชุมทางหาดใหญ่.” *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. 4(2) : 25-46.
- Bitner, M. J. (April 1992). “Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees.” *Journal of Marketing*. 56(2) : 57-71.
- Brixen, M. (2023). *The missed business opportunity in badminton*. [Online]. Available : <https://www.abovesports.io/above-blog/the-missed-business-opportunity-in-badminton->. [6 Jun 2024].
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. 3rd ed. New York : Harper And Row.
- Hair, Jr., J. F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th ed. New York : Pearson.
- Hellier, P. K., et al. (December 2003). “Customer repurchase intention: a general structural equation model.” *European Journal of marketing*. 37(11-12) : 1762-1800.
- Huang, Y. & Kim, D. (24 August 2023). “How Does Service Quality Improve Consumer Loyalty in Sports Fitness Centers? The Moderating Role of Sport Involvement.” *Sustainability*. 15(17). 1-24.
- Jang, W. Y. & Baek, S. Y. (10 April 2024). “The relative importance of servicescape in fitness center for facility improvement.” *Heliyon*. 10(9) : 1-10.
- Jeon, Y., et al. (4 June 2021). “How Does Service Environment Enhance Consumer Loyalty in the Sport Fitness Industry? The Role of Servicescape, Consumption Motivation, Emotional and Flow Experiences.” *Sustainability*. 13(11) : 1-16.

- Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). **Marketing management**. 12th ed. New Jersey : Pearson Prentice.
- Lee, B., Kim, K. & Noh, Y. (21 December 2022). “The Effect of Servicescape in Professional Baseball Stadium on Spectator’s Satisfaction and Repatronage Intention.” **International Journal of Human Movement Science**. 16(3) : 15-29.
- Mabasa, P. N. & Masitenyane, L. A. (2024). “Sportscape Variables and Spectator Satisfaction Towards Willingness to Return to Designated Professional Women’s Soccer Events. ” **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**. 13(1) : 174-182.
- Mikkelsen, S. (2023). **Badminton's Evolution: A historical glimpse into the sport’s changing face over the decades** [Online]. Available : <https://olympics.com/en/news/badminton-evolution-historical-glimpse-sport-over-decades>. [6 Jun 2024].
- Musskopf, A. G., et al. (20 October 2021). “The Influence of the Constructs ‘Perceived Quality’ and ‘Trust’ for the Repurchase Intention in the Market of Fitness Centers in Southern Brazil.” **Revista Intercontinental de Gestão Desportiva**. 11 : 1-16.
- Oliver, R. L. (October 1999). “Whence consumer loyalty?.” **Journal of Marketing**. 63(4_suppl1): 33-44.
- Pedhazur, E. J. (1997). **Multiple Regression in Behavioral Research: Explanation and Prediction**. New York : CT: Thomson Learning.
- Podsakoff, P. M., et al. (October 2003). “Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies.” **Journal of Applied Psychology**. 88(5) : 879–903.
- Quansah, T. K. (September 2022). “New sports stadia for Africa? The impact of sportscape features on attendance intentions in sub-Saharan African club football.” **European Sport Management Quarterly**. 24(2) : 404-427.
- Setiowati, R. & Putri, A. (December 2012). The Impact of Perceived Value on Customer Satisfaction, Loyalty, Recommendation and Repurchase. An Empirical Study of Spa Industry in Indonesia. In **Proceedings of International Conference on Trade, Tourism and Management (ICTTM'2012)**. (pp.156-161). Bangkok
- Wakefield, K. L. & Blodgett, J. G. (1996). “The effect of servicescapes on customers’ behavioral intentions in leisure service settings.” **Journal of Services Marketing**. 10(6) : 45-61.
- Wakefield, K. L. Blodgett, J. G. & Sloan, H. J. (1996). “Measurement and management of the sportscape.” **Journal of Sport Management**. 10(1) : 15–31.
- Wang F. J. & Chiu, W. (January 2023). “Service encounter and repurchase intention in fitness centers: perceived value as a mediator and service innovativeness as a moderator. ” **International Journal of Sports Marketing and Sponsorship**. 24(1) : 145-167.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (April 1996). “The behavioral consequences of service quality.” **Journal of Marketing**. 60(2) : 31-46.

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
ด้วยกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม
Development of Historical Tourism
by Community Based Tourism Management Processes

สุชีรา ธนาวุฒิ^{1,*}, สุภาพร ลักษมีธนสาร², เอกราช หนูแก้ว³,

พวงพรภัสสร วิริยะ⁴, และชิตชนก ปรีชานันท์⁵

Sucheera Thanavut^{1,*}, Suphaporn Laksameetanasarn², Ekarach Nhukheaw³,

Phungpornphat Viriya⁴, and Chidchanok Prechanun⁵

Received 13 January 2026
Revised 19 February 2026
Accepted 23 February 2026

¹ ปร.ด. สาขาวิชาการพัฒนาองค์กรและการจัดการสมรรถนะของมนุษย์, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2558.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

¹ Ph.D. in Organizational Development and Human Capability. Burapha University. 2015. Assist. Prof. Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

*Corresponding author, E-mail : sucheerat.nrru@gmail.com

² บธ.ม. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545. อาจารย์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

² M.BA. in Business Administration, Ramkhamhaeng University, 2002. Lecturer of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

³ บธ.ม. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2530. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

³ M.BA. in Business Administration, Kasetsart University, 1987. Assist. Prof. Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

⁴ ปร.ด. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2559. อาจารย์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

⁴ Ph.D. in Business Administration, Kasetsart University, 2016. Lecturer of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

⁵ ปร.ด. สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2568. อาจารย์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

⁵ Ph.D. in Management, Silpakorn University, 2025. Lecturer of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 35 คน และเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 12 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท อาชีพ นักเรียน นักศึกษา มีสถานะเป็นสมาชิกชุมชน ในเชิงคุณภาพ พบว่า 1.ควรปลูกฝังจิตสำนึกให้เยาวชน รู้จักรักษา อนุรักษ์ ด้วยการส่งเสริมให้เยาวชนในท้องถิ่นศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา ความสำคัญ ให้เกิด การเรียนรู้ และการสืบทอดองค์ความรู้เพื่อขยายต่อไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไป 2. ควรพัฒนาสินค้า ที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งนับว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญของชุมชน เช่น พวงกุญแจ ที่คั่นหนังสือ สมุดบันทึก หรือโปสการ์ด ด้านการบริการ ควรจัดให้มีการนวดแผนไทย นวดประคบ นวดเท้า หรือแช่เท้า ด้วยสมุนไพร เพื่อให้สอดคล้องกับปรารถนาของนักท่องเที่ยวหรือโรคนวด สมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 และ 3. แนวทาง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ควรถ่ายทอดเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวกับชุมชนเพื่อบอกเล่า ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบและรู้จักผ่านการสร้างสรรค์เป็น ละครสั้น ทำรำ และการแสดงกิจกรรมในวันสำคัญต่าง ๆ หรือการถ่ายทอดเอกลักษณ์ของท้องถิ่นผ่านผ้าทอ อาหาร ขนม ของที่ระลึก สร้างแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เชิงประวัติศาสตร์ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวและเรียนรู้ภายในชุมชน ในลักษณะ One-day-trip หรือ Two-day-trip

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์, การมีส่วนร่วมของชุมชน, การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน, การพัฒนาการท่องเที่ยว

Abstract

This study used a mixed-methods research approach. Quantitative data were collected from 35 participants, While qualitative data was gathered from 12 Key informants. Data analysis was conducted using statistical software and content analysis. The findings revealed that the majority of respondents were female, under 30 years of age, had a monthly income of less than 15,000 Baht. Were students and actively participated in community activities. The Qualitative findings identified three primary development guidelines: Raising Awareness, There should be a concerted effort to instill a sense of preservation and conservation among local youth. This can be achieved by encouraging them to study historical information and culture significance in order to facilitate knowledge transfer to tourists and the general public. Product and Service development: Unique local products reflecting the identity of the tourist destination such as keychains, bookmarks, notebooks, and postcards, should be developed as valuable community resources. Service development should include, traditional Thai massage, herbal compress, foot massage, and herbal foot baths to align with the identity of "Prasat Mueang Kao" or Arokayasala during the reign of King Jayavarman VII. Historical Tourism development: Community stories and historical narratives should be creatively communicated to tourists through activities such as short plays, traditional dance performances, and events organized on significant occasion. Furthermore, the local identity of the historical tourist destination should be promoted through traditional weaving, local cuisine, traditional desserts, and locally crafted souvenirs. These initiatives aim to

enhance historical tourism through community-based learning activities, offered in the form of one-day or two-day tour programs.

Keywords: Historical Tourism, Community Participation, Community-Based Tourism, Tourism Development

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของพื้นที่ส่วนใหญ่เน้นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของชุมชน มีเรื่องราวกล่าวอ้างตามปรากฏในศิลาจารึก มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงวัฒนธรรมและโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ชุมชน จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนเห็นความสำคัญของการพัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อันมีวิถีชีวิตและจารีตประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนี้ยังมีจุดมุ่งหมายให้คนในชุมชนรู้จักการสร้างสำนึกท้องถิ่น การอธิบายให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ และเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ความสวยงาม และคุณค่า ตลอดจนการสื่อให้เห็นวิวัฒนาการของจารีตประเพณี วัฒนธรรม เพื่อให้คนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน การเคารพต่อความเชื่อ ศักดิ์ศรี และสิทธิในการเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เน้นการจัดการท่องเที่ยวบนเงื่อนไขของการบริหารจัดการที่มีความรับผิดชอบ ทั้งนี้มุ่งให้มีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมถึงการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ในประเด็นนี้เป็นการเน้นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของชุมชน มีเรื่องราวกล่าวอ้างปรากฏในศิลาจารึก มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงวัฒนธรรมและโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ (ปพน บุขยมาร์ และคณะ, 2563) อย่างไรก็ตาม การจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนยังพบปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับในหลายพื้นที่ นักวิจัยที่ได้ทำการศึกษารูปแบบและแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ และการท่องเที่ยวโดยการจัดการร่วมกันของชุมชนต่างพบว่า ปัญหาดังกล่าวเกิดจากการขาดความรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการจัดการ ซึ่งเป็นอุปสรรคอย่างยิ่งต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปฐมวดี หุ่นงาม และเกศราพร พรหมนิมิตกุล, 2562) อีกหนึ่งประเด็นซึ่งพบว่าเป็นปัญหา คือ ประชาชนไม่ค่อยได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ขาดการประสานความร่วมมือกันระหว่างประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ ปัญหาความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจัง

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน โดยอาศัยความร่วมมือของผู้นำชุมชน สมาชิกชุมชน วิชากิจชุมชน ทั้งภาคการท่องเที่ยว ร้านค้า กลุ่มสตรีแม่บ้าน โรงเรียนระดับประถม รวมถึงเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากระดับชุมชน สังคมจึงมีความสำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปได้ทราบ เช่นเดียวกันกับการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเชิงประวัติศาสตร์ในพื้นที่ตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการนำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและเกิดประโยชน์ต่อชุมชนอย่างสูงสุด จากข้อมูลพบว่า “โคราชเก่า” หรือเมืองเสมา (อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา) ตามประวัติศาสตร์ไทย มีความสำคัญดังนี้ 1) เป็นศูนย์กลางเริ่มแรกของชาวสยามดั้งเดิม ซึ่งปัจจุบันได้เรียกขานตนเองว่า “ไทย” 2) เมืองเสมา คือ เมืองрадของพ่อขุนผาเมือง และมีส่วนสำคัญในการกำเนิดรัฐอโยธยา-อยุธยา และ 3) เป็นเมืองนครราชสีมาแห่งแรก บริเวณรอบมีโบราณสถานสำคัญหลายแห่ง เช่น ปราสาท

เมืองแขก ปราสาทโนนกู่ และปราสาทเมืองเก่า ซึ่งสันนิษฐานว่าเป็นส่วนหนึ่งของเมืองโคราชในอดีตที่มีความเก่าแก่โบราณ ในปัจจุบันโบราณสถานทั้ง 3 แห่ง จัดว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่อยู่ในพื้นที่ของตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา และมีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน มีความสำคัญ และความสวยงามอันเป็นเอกลักษณ์ ควรที่จะร่วมกันอนุรักษ์ พัฒนา และการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญของชุมชนแห่งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนอย่างยั่งยืน ปัจจุบันพบว่าแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวทั้ง 3 แห่งเป็นปราสาทขอมโบราณประสบปัญหาทางกายภาพด้วยการเสื่อมสภาพตามกาลเวลา การถูกทำลายโดยมนุษย์ และขาดการบริหารจัดการพื้นที่ (กองโบราณคดี กรมศิลปากร. 2568)

ดังนั้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ด้วยกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บริบทและศักยภาพของชุมชน เพื่อวิเคราะห์รูปแบบและระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน และเพื่อพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยมุ่งเน้นการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ภายใต้ความร่วมมือของชุมชน นำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บอกเล่าเรื่องราว ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์บริบทและศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบและระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของชุมชนตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้นำชุมชนและสมาชิกชุมชน สามารถนำผลการวิจัยสรุปเป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยชุมชนมีส่วนร่วมได้อย่างยั่งยืน
2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยชุมชนมีส่วนร่วมได้อย่างยั่งยืน
3. บ้าน วัด โรงเรียน และชุมชน สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และต่อยอดโดยการพัฒนาสินค้าหรือบริการได้อย่างเหมาะสม

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยชุมชนมีส่วนร่วม มีการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมถึงสถานที่ที่มีความผูกพันทางจิตใจของคนรุ่นหลัง เพื่อชื่นชม

และผลิตเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ได้ความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์ และโบราณคดีในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์จำเป็นต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบอย่างมีคุณภาพหากขาดการจัดการที่ดีจะมีผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในประเทศไทยที่ผ่านมา มุ่งเน้นการดำเนินการโดยคำนึงถึงศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว การดำเนินการโดยคำนึงถึงศักยภาพในการรับรองนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องมีการจัดการด้านการอนุรักษ์ ด้านการบริหารจัดการการให้ความรู้สร้างจิตสำนึก การเปิดโอกาสและสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน รวมทั้งการกระจายรายได้สู่ชุมชน ฯลฯ (ปรีดี พิศภูมิวิถี, 2563)

2. การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism) เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดศักยภาพต่อชุมชน ส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยว มุ่งสร้างปฏิสัมพันธ์ และความผูกพันระหว่างสมาชิกชุมชนกับนักท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การเรียนรู้ ความเข้าใจถึงรากเหง้าของชุมชน โดยชุมชนจะนำทรัพยากรชุมชน ได้แก่ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชน มานำเสนอต่อนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า กระบวนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การนำการประสานงาน และการควบคุม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมประเมินผล รวมถึงสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน (วัลลภ วรรณโสด, 2564) การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบริหารจัดการโดยมุ่งเน้นประโยชน์เพื่อชุมชนเป็นหลัก มีเป้าหมายคือการพัฒนาที่ยั่งยืน มีการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมทำให้ชุมชนเข้มแข็ง และนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์จากวิถีชีวิตที่แท้จริงของชาวชุมชน (พัฒน์มาศ วงศ์พัฒนศิริ, 2566) ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม ได้แก่ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ ชุมชนมีสิทธิเป็นเจ้าของและดูแลบริหารจัดการการท่องเที่ยวเอง 2) การมีส่วนร่วมสมาชิกชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ และดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) ยั่งยืนและสมดุล สร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 4) อัตลักษณ์ท้องถิ่น ชูเอกลักษณ์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของชุมชนมาเป็นจุดเด่น 5) การเรียนรู้ เน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในชุมชนกับนักท่องเที่ยว และ 6) กระจายรายได้เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมและรายได้กระจายสู่ชุมชน

3. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

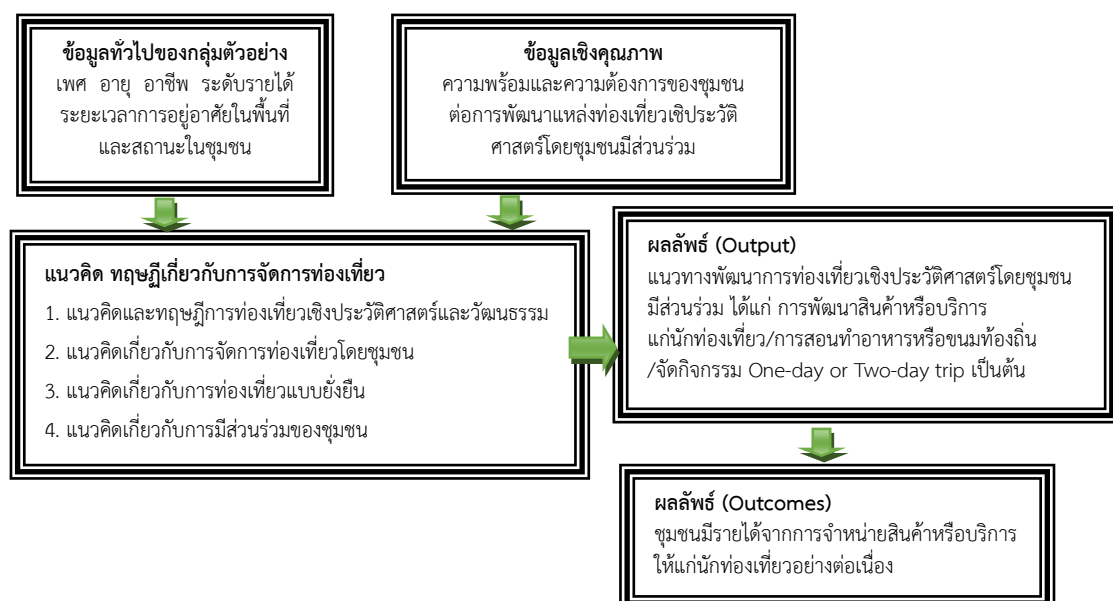
การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นกระบวนการที่ต้องให้ความสำคัญกับทั้งการอนุรักษ์ทรัพยากร และการจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล โดยมีการกำหนดเกณฑ์ในการประเมิน เพื่อใช้ตรวจสอบและปรับปรุงแนวทางการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับเป้าหมายแห่งความยั่งยืนในระยะยาว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้านหลัก ดังนี้ 1. ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว คือ การบริหารจัดการในด้านนี้เน้นการดูแลและรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยวให้คงอยู่ในสภาพที่ดี ซึ่งมีองค์ประกอบ การประเมินที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) การดูแลและฟื้นฟูความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยว: มุ่งเน้นการป้องกันการเสื่อมโทรมและการเสริมสร้างความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ 2) การใช้พื้นที่อย่างเหมาะสม: คำนึงถึงการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ในลักษณะที่ไม่ทำลายสมดุลของระบบนิเวศ 3) การติดตามและประเมินผลกระทบ: มีระบบตรวจสอบผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนและปรับปรุง

แนวทางการจัดการ และ 2. ด้านการบริหารจัดการกิจกรรมท่องเที่ยว คือ เน้นการออกแบบและควบคุมกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและทรัพยากรในระยะยาว ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัดสำคัญ ได้แก่ 1) การให้บริการพื้นฐานและโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอ เช่น ระบบน้ำ ไฟฟ้า ห้องน้ำ และการคมนาคมที่สะดวกและปลอดภัย 2) การวางแผนกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม เช่น มีการจัดการกิจกรรมให้หลากหลายและสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น 3) การส่งเสริมความรู้และจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ เช่น ผ่านกิจกรรมฝึกอบรม สื่อประชาสัมพันธ์ และกระบวนการเรียนรู้ร่วมกับนักท่องเที่ยว 4) การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการบริหารจัดการ เช่น ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทในการวางแผน ตัดสินใจ และติดตามการดำเนินการ และ 5) การสร้างรายได้แก่ชุมชน เช่น ส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชาวบ้านในพื้นที่ เช่น การจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น บริการที่พัก หรือการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น (ศรัณย์ สัณนันทน์ และคณะ. 2566)

4. การมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชน Cohen and Uphoff (1980) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนไว้ว่า สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ 1. การมีส่วนร่วมตัดสินใจว่าควรทำอะไร และทำอย่างไร 2. การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ 3. การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และ 4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ ในส่วนของ รัตนานิก รัชตะวรรณ และคณะ (2561) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนว่า หมายถึง กระบวนการในการดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง หรือการดำเนินการใด ๆ อย่างเสรีภาพตามสิทธิและหน้าที่ของชุมชนที่มีเป้าหมายหลักในการตอบสนองความต้องการร่วมกันของประชาชน โดยให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต ค่านิยม ประเพณี และทัศนคติของบุคคลในชุมชน เปิดโอกาสให้ชุมชนร่วมมือกันดำเนินการ ติดตามประเมินผล และร่วมรับผิดชอบหรือร่วมใช้ประโยชน์จากการดำเนินงานนั้น

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2568.

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยชุมชนมีส่วนร่วม เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) มุ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ร่วมกับกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อให้ได้ทั้งข้อมูลทั่วไป และข้อมูลเชิงลึก นำข้อมูลมากำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา การคัดเลือกพื้นที่สำหรับการวิจัย ผู้วิจัยใช้พื้นที่ชุมชนตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาอันเก่าแก่ ประเด็นศึกษา คือ ความเป็นมา ความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาดังกล่าวมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง และเป็นพื้นที่ที่มีความน่าสนใจ ทั้งด้านประวัติศาสตร์ สังคม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชน ประกอบกับชาวชุมชนได้นำองค์ความรู้ทั้งเก่าและใหม่มาบูรณาการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่ให้สูญหายไปตามกาลเวลา ประเด็นศึกษาที่น่าสนใจ คือ การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ สมาชิกชุมชนตำบลโคราช อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีภูมิลำเนา และอาศัยอยู่ในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 15 ปี ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มอาชีพ ประธานวิสาหกิจชุมชน หรือประธานเครือข่ายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการร้านค้าโฮมสเตย์ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน หรือสมาชิกหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 3 เจ้าหน้าที่ภาครัฐขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (องค์การบริหารส่วนตำบล หรือเทศบาลตำบล) ที่ดูแล กำกับ ติดตามพื้นที่ จำนวน 5 คน และกลุ่มที่ 5 สมาชิกชุมชน/เยาวชนในชุมชน จำนวน 20 คน

1.2 ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) พิจารณาจากผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานทั้ง 3 แห่ง (Key informants) เป็นอย่างดี และเป็นตัวแทนของพื้นที่ในการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่รัฐ (ครูโรงเรียนประถม และเจ้าหน้าที่ อบต.) จำนวน 2 คน สมาชิกชุมชน/เยาวชนในพื้นที่ จำนวน 6 คน และปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างครบถ้วน ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ซึ่งสามารถจำแนกออกได้ 2 ประเภท คือ

2.1 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

2.1.1 แบบสอบถาม สำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลด้านความต้องการและความพร้อมของชุมชนในด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จากประชากรทั้งสิ้น 35 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

2.2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 ชุด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ 1. แบบสัมภาษณ์ผู้นำท้องถิ่น 2. แบบสัมภาษณ์สมาชิกชุมชน และ 3. แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐ (ผู้อำนวยการโรงเรียนประถมในพื้นที่/อบต.) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เกี่ยวกับ 1. ประวัติความเป็นมา ความสำคัญของ

แหล่งท่องเที่ยว 2. ปัจจัยหนุนเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 3. ปัจจัยหรือทรัพยากรสำคัญของชุมชน และ 4. การส่งเสริมให้ชุมชนเป็นผู้รู้จักแก่นักท่องเที่ยวจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน

2.2.2 การสนทนากลุ่ม เพื่อเก็บข้อมูลความคิดเห็นจากผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน สมาชิกวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกชุมชน เกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อตอบรับต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน ผู้วิจัย และทีมงานผู้สังเกตการณ์ จำนวน 5 คน

2.2.3 การระดมสมอง ผู้วิจัยทำการระดมสมองเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชน ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน สมาชิกชุมชน เยาวชนในชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาศักยภาพของชุมชน จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน ผู้วิจัยและทีมงานผู้สังเกตการณ์ 5 คน (สุภางค์ จันทวานิช. 2566) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลเป็นตารางและอธิบายโดยใช้การพรรณนา ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Content analysis) เป็นการสร้างข้อสรุปจากข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้วิธีการอย่างเป็นระบบ เน้นที่เนื้อหาปรากฏตามในข้อความ ไม่เน้นการตีความหรือหาความหมายที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังหรือความหมายระหว่างบรรทัด การศึกษาครั้งนี้มีวิธีการนำเสนอข้อมูลของการศึกษาในรูปแบบการนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้ข้อความบรรยาย บรรยายได้ภาพ ได้ตาราง การอธิบายเกี่ยวกับสิ่งที่ค้นพบ พรรณนาเล่าเรื่อง เพื่อให้เห็นลักษณะ และสภาพของเหตุการณ์ รวมทั้งการเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนัดหมายกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) จำนวน 12 คน เพื่อดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามและดำเนินการตามขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

3.1 สนทนากลุ่ม เพื่อเก็บข้อมูลด้านความต้องการในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนเพื่อตอบรับต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

3.2 การระดมสมอง เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพชุมชน ความเป็นไปได้ในการพัฒนาศักยภาพของชุมชน

3.3 การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเก็บข้อมูลด้านความพร้อมของชุมชน ศักยภาพของชุมชน และทรัพยากรชุมชน ประเด็นคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

3.4 การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความพร้อมของชุมชนในด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

3.5 การจัดเวทีถอดบทเรียน เพื่อประเมินศักยภาพชุมชน และร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยชุมชนมีส่วนร่วม

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ด้วยกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 35 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ

57.14 รองลงมาคือ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.14 และ 46-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.71 ด้านรายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.86 รองลงมาคือ 25,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.14 ด้านอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 45.71 ค่าขาย คิดเป็นร้อยละ 28.57 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 14.25 และธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 11.43 ตามลำดับ ด้านระยะเวลาการอาศัยในภูมิลำเนา ส่วนใหญ่ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่มากกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.43 รองลงมาคือ 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.29 และ 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ ด้านสถานะในชุมชน ส่วนใหญ่มีสถานะเป็นสมาชิกชุมชน คิดเป็นร้อยละ 77.14 และผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน คิดเป็นร้อยละ 22.86 ตามลำดับ

2. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 การวิเคราะห์บริบทและศักยภาพของชุมชน เพื่อรองรับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน พบว่า

2.1.1 ด้านการเรียนรู้ประวัติ ความเป็นมา ความสำคัญ การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญในชุมชนมีความคิดเห็นว่าควรรวบรวมข้อมูล และเอกสารสำคัญเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แสดงถึงการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของชุมชนและปลูกฝังจิตสำนึกเยาวชนให้รู้จักรักษาอนุรักษ์ และส่งเสริมแหล่งโบราณสถานให้เป็นที่รู้จักทั้งภายในและต่างจังหวัด

2.1.2 ด้านความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วิธีการสืบทอดความรู้สู่เยาวชนในชุมชนและบุคคลทั่วไปด้วยการส่งเสริมให้เยาวชนในท้องถิ่น ตระหนักถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่นักเรียนระดับประถมและมัธยมศึกษา เพื่อให้ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา ความสำคัญ ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ และเกิดการสืบทอดองค์ความรู้เพื่อขยายต่อไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไป

2.1.3 ชุมชนมีทรัพยากรหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จำนวน 3 แห่ง มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน และมีความสำคัญต่อชุมชน ควรค่าแก่การอนุรักษ์และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จัก และชุมชนได้บอกเล่าเรื่องราวของแหล่งโบราณสถานสำคัญในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปได้ทราบและได้รู้จัก

2.2 การวิเคราะห์รูปแบบและระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อรองรับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) และการระดมสมอง (Brainstorm) ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน พบว่า

2.2.1 ด้านการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ บ่งบอกความเป็นมาจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญของชุมชน โดยการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น ลูกประคบ ยาสมุนไพร ยาหม่องสมุนไพร พวงกุญแจ พัด ที่คั่นหนังสือ สมุดบันทึก โปสการ์ด โปสเตอร์ เป็นต้น

2.2.2 ด้านการบริการ การจัดให้มีการนวดแผนไทย นวดประคบ นวดคอ บ่า ไหล่ นวดเท้า แช่เท้าด้วยสมุนไพร เพื่อให้สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ปรากฏเมืองเก่า หรือ อโรคยาศาล สมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7

2.2.3 วางแผนกิจกรรมการอบรมในการส่งเสริมที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น การคิดค้นทำรำ กิจกรรมมัคคุเทศก์น้อย การจัดการท่องเที่ยวในวันขึ้นที่พระอาทิตย์ตกลอดผ่านช่องประตูปราสาทโนนกู่ การจัดกิจกรรมกินเขาคั่ว เป็นต้น

2.2.4 ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ด้วยการนำทรัพยากรสำคัญที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ แหล่งโบราณสถานให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไปผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ติ๊กต็อก หรืออินสตาแกรม

2.2.5 แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ของอำเภอ หรือชุมมัคคุเทศก์ ซึ่งมีปราชญ์ชาวบ้านและผู้สูงอายุที่ได้รับการบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งโบราณสถานในชุมชน สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่เยาวชน นักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไปได้ การจัดอบรมเกี่ยวกับข้อมูลของแหล่งโบราณสถานให้นักเรียนระดับประถมศึกษาในโรงเรียนได้ทราบ ด้วยกิจกรรมมัคคุเทศก์น้อย หรือชุมมัคคุเทศก์ เพื่อให้เยาวชนได้แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

2.3 การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ด้วยกระบวนการระดมสมอง (Brainstorm) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน พบว่า

2.3.1 การสร้างเรื่องราวสำคัญที่มีระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กับชุมชนผ่านการเล่าขานของบรรพบุรุษหรือปราชญ์ชาวบ้าน ด้วยการออกแบบกิจกรรมที่มีการบอกเล่าเรื่องราวระหว่างแหล่งโบราณสถานกับชุมชน เช่น ละครสั้น ทำรำ การแสดงกิจกรรมในวันเด็ก วันผู้สูงอายุ หรือวันสงกรานต์ เป็นต้น

2.3.2 ส่งเสริมกิจกรรมในวันสำคัญเพื่อเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว เช่น วันพระอาทิตย์ตกลอดช่องประตูปราสาทโนนกู่ และปราสาทเมืองเก่า กิจกรรมกินเขาคั่ว เป็นต้น

2.3.3 การถ่ายทอดประวัติความเป็นมา และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แล้วเล่าผ่านเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น ผ้าทอ อาหาร ขนม ของที่ระลึก โดยชุมชนและหน่วยงานภาครัฐร่วมกำหนดแผนการต่อยอดจากงานวิจัยด้วยการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รวมถึงบริการที่บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ผ่านสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ หรือบริการของสมาชิกชุมชน

2.3.4 จัดเตรียมพื้นที่เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างชุมชนกับเยาวชน หรือนักท่องเที่ยว หรือบุคคลทั่วไป โดยการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้ชุมชน

2.3.5 สร้างแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวและเรียนรู้ภายในชุมชน ในลักษณะ One-day-trip หรือ Two-day-trip พัฒนาศักยภาพของชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และเข้ามามีส่วนร่วมในการยกระดับการท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ภายในชุมชน หรือการสร้างฐานกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ร่วม Workshop เช่น เรียนรู้การทำอาหาร การทำขนมท้องถิ่น การทอผ้า ลวดลายผ้าประจำถิ่น หรือการทำของที่ระลึก เป็นต้น

อภิปรายผล

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ด้วยกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม พบว่า

1. ด้านการวิเคราะห์บริบทและศักยภาพของชุมชน ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ความสำคัญ การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญในชุมชน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าควรรวบรวมข้อมูล และเอกสารสำคัญเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แสดงถึงการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของชุมชน และปลูกฝังจิตสำนึกเยาวชน ให้รู้จักรักษา อนุรักษ์ และส่งเสริมแหล่งโบราณสถานให้เป็นที่รู้จักทั้งภายในและต่างจังหวัด ด้านความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วิธีการสืบทอดความรู้สู่เยาวชนในชุมชนและบุคคลทั่วไป ด้วยการส่งเสริมให้เยาวชนในท้องถิ่น ตระหนักถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่นักเรียนระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษา เพื่อให้ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ ความเป็นมา ความสำคัญ ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ และเกิดการสืบทอดองค์ความรู้เพื่อขยายต่อไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไป และชุมชนมีทรัพยากรหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จำนวน 3 แห่ง มีประวัติความเป็นมาและความสำคัญต่อชุมชน ควรอนุรักษ์ และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จัก และชุมชนได้บอกเล่าเรื่องราวของแหล่งโบราณสถานสำคัญให้แก่นักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไป เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ คำเกิง อัครสุนทรางกูร (2562) ในเรื่องบุปผปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว คุณลักษณะของคนในท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ความพร้อมของหน่วยงาน และทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความสำคัญระดับมาก รวมถึงการมุ่งเป้าไปยังการสร้างการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ และปลูกฝังจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ของรัฐให้ตระหนักถึงความสำคัญของแหล่งโบราณสถาน พัฒนาเส้นทางคมนาคมให้มีความสะดวก ปลอดภัย และเช่นเดียวกับ คำม่วน พิลาวอนเดช (2561) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์บ้านดอนโค เมืองชะนะสมบูน แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า การรับรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมและระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์บ้านดอนโค โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว และความต่อเนื่องการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์บ้านดอนโค มี 4 แนวทาง ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว 3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 4) ความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรม

2. การวิเคราะห์รูปแบบและระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อรองรับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) และการระดมสมอง (Brainstorm) ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน พบว่า ด้านการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์หรือทรัพยากรสำคัญของชุมชน โดยการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ที่มีความสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น ลูกประคบ ยาสมุนไพร พัด ที่คั่นหนังสือ สมุดบันทึก โปสการ์ด เป็นต้น การบริการควรจัดให้มีการนวดแผนไทย นวดประคบ นวดคอบ ป่า ไหล่ นวดเท้า แช่เท้าด้วยสมุนไพร เพื่อให้สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ปราสาทเมืองเก่า หรือ อโรคยาศาล สมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 กำหนดแผนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น การคิดค้นทำรำ กิจกรรมมัดคุเทกน้อย การจัดการท่องเที่ยวในวันที่พระอาทิตย์ตกลอดผ่านช่องประตูปราสาทโนนกู่ การจัดกิจกรรมกินเขาค่ำ เป็นต้น ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ด้วยการนำทรัพยากรสำคัญที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว ด้วยการ

ส่งเสริมให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้เป็นที่รู้จักผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ดิจิตัล โดยแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้เป็นที่รู้จักผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ของอำเภอ การถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่เยาวชน นักท่องเที่ยว และบุคคลทั่วไป การจัดอบรมเกี่ยวกับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ให้นักเรียนในโรงเรียนด้วยกิจกรรมมัคคุเทศก์น้อยหรือยุวมัคคุเทศก์ เพื่อให้เยาวชนได้แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั้งในรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เช่นเดียวกับการศึกษาของพัชรินทร์ สมบูรณ์ และภักดา เกิดประทุม (2567) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อยุธยาเมืองมรดกโลก พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อยุธยาเมืองมรดกโลก ประกอบด้วยประเด็นการพัฒนาหลัก 7 ประการ ได้แก่ 1) การให้บริการของเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว 2) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว 3) สถานที่ท่องเที่ยว 4) สิ่งอำนวยความสะดวก 5) การบริหารจัดการ 6) กิจกรรมการท่องเที่ยว และ 7) ที่พัก โดยมีแนวทางการพัฒนามีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 1) การให้ข้อมูลข่าวสาร 2) การปรึกษาหารือ 3) การเข้ามามีบทบาท 4) การให้ความร่วมมือ และ 5) การเสริมอำนาจประชาชน

3. ด้านแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การสร้างเรื่องราวสำคัญที่มีระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กับชุมชนผ่านการเล่าขานของบรรพบุรุษหรือปราชญ์ชาวบ้าน ด้วยการออกแบบกิจกรรมที่มีการเล่าเรื่องราวระหว่างแหล่งโบราณสถานกับชุมชน เช่น ละครสั้น ท่าแร่ การแสดงกิจกรรมในวันเด็ก วันผู้สูงอายุ หรือวันสงกรานต์ เป็นต้น ส่งเสริมกิจกรรมในวันสำคัญเพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว เช่น วันพระอาทิตย์ตกลอดช่องประตูปราสาทโนนกู่ และปราสาทเมืองเก่า กิจกรรมกินเขาคั่ว เป็นต้น สำหรับด้านการถ่ายทอดประวัติความเป็นมา และความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แล้วเล่าผ่านเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น ผ้าทอ อาหาร ขนม และของที่ระลึก โดยชุมชนและหน่วยงานภาครัฐร่วมกำหนดแผนการต่อยอดจากงานวิจัยด้วยการพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ รวมถึงบริการที่บ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ผ่านสินค้าหรือบริการของสมาชิกชุมชน สร้างแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวและเรียนรู้ภายในชุมชน ในลักษณะ One-day-trip หรือ Two-day-trip พัฒนาศักยภาพของชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และเข้ามามีส่วนร่วมในการยกระดับการท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ภายในชุมชน หรือการสร้างฐานกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ร่วม Workshop เช่น เรียนรู้การทำอาหาร การทำขนมท้องถิ่น การทอผ้า ลวดลายผ้าประจำถิ่น หรือการทำของที่ระลึก เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล และคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตำนานห่าภูผา อำเภอรักขี จัหวัดสงขลา พบว่า ห่าภูผาประกอบด้วย 1) เขาควา ควรพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาและพื้นที่สีเขียวในการออกกำลังกายหรือสวนสาธารณะ 2) เขาจำโหล่น 3) เขาตักน้ำ 4) เขาจุ่มปะ และ 5) เขารักเกียรติ เป็นพื้นที่เขาที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับความเชื่อทางศาสนาและเครื่องราง ของขลัง จึงได้กำหนดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวในรูปแบบ 1 วัน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ประโยชน์ และเป็นแนวทางการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ของอำเภอรักขีต่อไป

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ด้วยกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน หรือ

การพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน การนำเสนออาหารหรือขนมหวาน หรือผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อเป็นสินค้าหรือของที่ระลึกสำหรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์

1.2 หน่วยงานภาครัฐควรสร้างการรับรู้ และทำความเข้าใจกับชุมชนให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อเตรียมความพร้อมในการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 การกำหนดแผนหรือร่วมดำเนินการต่อยอดกิจกรรมเส้นทางการท่องเที่ยวของชุมชนในลักษณะ one-day-trip หรือ two-day-trip

2.2 การพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ ภายใต้เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการมีส่วนร่วมของชุมชน

รายการอ้างอิง

- กองโบราณคดี กรมศิลปากร. (2568). การอนุรักษ์และบูรณะโบราณสถาน และโบราณวัตถุ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.fineart.go.th>. [10 มกราคม 2569]
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.tatreview magazine.com/article/cbt-thailand/>. [11 กันยายน 2568]
- คำม่วน พิลาวอนเดช. (2561). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์บ้านดอนโค เมืองชะนะสมบูน แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา ยุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- คำเกิง อัสสุนทรางกูร. (กรกฎาคม-สิงหาคม 2562). “บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.” วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. 7(4) : 1126-1139.
- พัฒนมาศ วงศ์พัฒนศิริ. (2566). การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://www.nectec.or.th/ace2019/wp-content/uploads/2019/09/20190909_SS02_Patthamas.pdf. [16 กุมภาพันธ์ 2569]
- พัชรินทร์ สมบูรณ์ และภัครดา เกิดประทุม. (กรกฎาคม-กันยายน 2567). “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อยุธยาเมืองมรดกโลก,” วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย. 8(3) : 1508-1522.
- ปฐมาวดี หุ่นงาม และเกศราพร พรหมนิมิตกุล. (2562). การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ดำเนินการ และขับเคลื่อนโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี: กรณีศึกษา หมู่บ้านตาลเจ็ดยอด ตำบลไร่เก่า อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การประชุมวิชาการระดับชาติ เครือข่ายด้านการจัดการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. ครั้งที่ 4 (น. 71-72). เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปพน บุชยมาร์ และคณะ. (2563). การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี : กรณีศึกษาดำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา. Proceedings. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางแสน. ครั้งที่ 17, 1, หน้า 4412-4425.
- ปรีดี พิศภูมิวิที. (2563). การจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://www.matichon.co.th/article/news_2345560. [18 กุมภาพันธ์ 2569]

- รศ.ดร.นันทิยา รัชตะวรรณ และคณะ. (มกราคม-มิถุนายน 2561). “กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสุขภาพ.” **วารสารเทคโนโลยีภาคใต้**. 11(1). : 231-238.
- วรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล และคณะ. (มกราคม-มิถุนายน 2562). “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตำนานห้าภูเขา อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา.” **วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ**. 7(1) : 490-501.
- วัลลภ วรรณโสม. (2564). **รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน**. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศรัณย์ สัตตานันต์ และคณะ. (กรกฎาคม-สิงหาคม 2566). “การบริหารจัดการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน.” **วารสาร มณีเชษฐาราม วัดจอมมณี**. 4(6) : 232-248.
- สุภาวดี จันทวานิช. (2565). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 26 (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Cohen, J.M. & Uphoff, N.T. (1980). “Participation’s Place in Rural Development: Seeking Clarity through Specificity”. **World Development**. 8(3) : 213-235.

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทน: กรณีศึกษาน้ำพริกปลาตุ๋นอย่างบ้านโคกล่าม
เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

A Study of Costs and Returns:
A Case Study of Khok Lam Village's Grilled Catfish Chili Paste
to Promote Community Economy

เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ^{1,*}, วิวัฒน์ อภิสิทธิ์ภิญโญ², อภิวัฒน์ เพชรวงศ์³, และภาณุพงศ์ ไบโพธิ์⁴
Benjamas Apsitpinyo ^{1,*}, Wiwat Apsitpinyo², Apiwat Pechwong³, and Panupong Baipho⁴

Received 17 January 2026
Revised 14 February 2026
Accepted 16 February 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตน้ำพริกปลาตุ๋นของชุมชนบ้านโคกล่าม พร้อมทั้งวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางพัฒนาธุรกิจเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลจากสมาชิกผู้ผลิตจำนวน 6 คน ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการวิเคราะห์เอกสารทางการเงิน จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา และข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มมีต้นทุนการผลิตรวม 58,406 บาทต่อปี โดยมีค่าใช้จ่าย

¹ บธ.ม (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล, 2539. รองศาสตราจารย์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

¹ M.B.A. (Master of Business Administration), Wongchavalitkul University, 1996. Associate Professor of Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

* Corresponding author, e-mail: Benjamas.a@nrru.ac.th

² วศ.ม. (วิศวกรรมเครื่องกล), สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2544. รองศาสตราจารย์ สังกัดคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

² M.Eng. (Mechanical Engineering), King Mongkut's Institute of Technology North Bangkok, 2001. Associate Professor of Faculty of Engineering and Technology, Rajamangala University of Technology Isan.

³ วศ.ม. (วิศวกรรมเครื่องกล), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, 2558. อาจารย์ สังกัดคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

³ M.Eng. (Mechanical Engineering), Rajamangala University of Technology Isan, 2015. Lecturer of Faculty of Engineering and Technology, Rajamangala University of Technology Isan.

⁴ วศ.ม. (วิศวกรรมเครื่องกล), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, 2564. อาจารย์ สังกัดคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

⁴ M.Eng. (Mechanical Engineering), Rajamangala University of Technology Isan, 2021. Lecturer of Faculty of Engineering and Technology, Rajamangala University of Technology Isan.

ในการผลิตมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.76 รองลงมาคือวัตถุดิบทางตรงร้อยละ 41.91 และค่าแรงงานทางตรงร้อยละ 12.33 ด้านผลตอบแทน พบว่ามีรายได้จากการขาย 99,000 บาทต่อปี มีกำไรสุทธิ 36,634 บาทต่อปี คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 37 ซึ่งอยู่ในระดับดีมาก อีกทั้งมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงถึงร้อยละ 183.17 ต่อปี สะท้อนถึงความคุ้มค่าในการดำเนินธุรกิจ อย่างไรก็ตาม กลุ่มยังประสบปัญหาด้านการบริหารจัดการ ระบบบัญชี และการตลาด แต่ธุรกิจดังกล่าวยังมีศักยภาพสูงในการสร้างรายได้และกำไร ดังนั้นจึงควรพัฒนาระบบควบคุมต้นทุนและจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายให้เป็นระบบ ควบคู่กับการเสริมสร้างความรู้ทางการเงินแก่สมาชิก รวมทั้งปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และใช้สื่อออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้า ซึ่งแนวทางเหล่านี้จะช่วยเสริมความมั่นคงของธุรกิจ และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ต้นทุน, ผลตอบแทน, น้ำพริกปลาตุ๋นย่าง, เศรษฐกิจชุมชน

Abstract

This research aimed to examine the production costs and returns of grilled catfish chili paste in the Ban Khok Lam community, as well as to analyze business challenges and development guidelines to promote the local economy. A mixed-methods approach was employed. Data were collected from six members of the producer group through in-depth interviews, participant observation, and financial document analysis. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, while qualitative data were examined through content analysis. The study found that the group had total production costs of 58,406 Baht per year, with manufacturing overhead being the largest component at 45.76%, followed by direct materials at 41.91% and direct labor at 12.33%. In terms of returns, the group generated an annual sales revenue of 99,000 Baht and a net profit of 36,634 Baht per year, representing a high net profit margin of 37%. Furthermore, the return on investment was as high as 183.17% per year, reflecting the high profitability of the business. However, the group still faces challenges in management, accounting, and marketing. Despite these challenges, the business demonstrates high potential for generating revenue and profit. Therefore, the group should focus on developing a cost control system and systematically managing income and expenses, coupled with enhancing financial literacy among members. Furthermore, improving packaging and utilizing online media to expand the customer base are crucial. These approaches will strengthen the business and support sustainable community economic development.

Keywords: Cost, Return, Grilled Catfish Chili Paste, Community Economy

บทนำ

ในยุคปัจจุบันการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนถือเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างความเข้มแข็งให้กับประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ชนบทที่ยังคงเผชิญกับความท้าทายด้านรายได้และคุณภาพชีวิต การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ได้รับคามสนใจอย่างมาก เนื่องจากสามารถนำทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังเช่นกรณีของน้ำพริกปลาตุ๋นย่างบ้านโคกล่าม เป็นผลิตภัณฑ์จากวิสาหกิจ

ปลูกผักปลอดสารพิษบ้านโคกล่าม ตั้งอยู่ที่หมู่ 7 ตำบลทุ่งสว่าง อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารที่มีจุดเด่นด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่น สะท้อนวัฒนธรรมการบริโภคอาหารไทย และใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชน การนำปลาดุกอย่างมาแปรรูปช่วยยืดอายุการเก็บรักษา เพิ่มมูลค่าสินค้า และสร้างรายได้มากกว่าการจำหน่ายวัตถุดิบสดเพียงอย่างเดียว

การศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนของธุรกิจชุมชนเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนและตัดสินใจทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารที่มักมีต้นทุนการผลิตที่ผันแปรตามราคาวัตถุดิบ การวิเคราะห์ต้นทุนอย่างละเอียดจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาขายที่เหมาะสมและแข่งขันได้ในตลาด ดังที่ปรากฏในงานวิจัยของเพ็ญภา เชาวนา และคณะ (2566) ที่แสดงให้เห็นว่าการคำนวณต้นทุนที่แม่นยำช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างผลกำไรที่ยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้การศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนของน้ำพริกปลาดุกอย่างบ้านโคกล่ามจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เนื่องจากจะช่วยให้เข้าใจถึงโครงสร้างต้นทุนและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนของธุรกิจ ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์และพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน นอกจากนี้ผลการศึกษายังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน อันจะนำไปสู่การยกระดับเศรษฐกิจฐานรากอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ที่มุ่งเน้นการสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งและยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2565)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนและผลตอบแทนของการผลิตน้ำพริกปลาดุกอย่างในชุมชนบ้านโคกล่าม หมู่ 7 ตำบลทุ่งสว่าง อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อประเมินผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจน้ำพริกปลาดุกอย่างในชุมชนบ้านโคกล่าม หมู่ 7 ตำบลทุ่งสว่าง อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคการบริหารจัดการธุรกิจ และแนวทางการพัฒนาธุรกิจน้ำพริกปลาดุกอย่างในชุมชนบ้านโคกล่าม หมู่ 7 ตำบลทุ่งสว่าง อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ: งานวิจัยนี้จะช่วยเพิ่มพูนองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนผ่านการส่งเสริมธุรกิจท้องถิ่น โดยเฉพาะในบริบทของชุมชนชนบทในประเทศไทย ผลการศึกษายังจะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน และความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาธุรกิจท้องถิ่นกับการเติบโตทางเศรษฐกิจของชุมชน
2. ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้: ข้อมูลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน รวมถึงแนวทางการพัฒนาธุรกิจสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือวางแผนการผลิต การเงิน และการตลาดของผู้ประกอบการชุมชนได้อย่างเป็นระบบซึ่งช่วยบริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มความสามารถในการทำกำไร และเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชนในระยะยาว

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชน

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งนับตั้งแต่รัฐบาลเริ่มมีนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชนอย่างจริงจังในช่วงต้นทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้รับการผลักดันผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการต้นทุนและการสร้างผลตอบแทนที่เหมาะสม

ทฤษฎีและแนวคิดสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วยหลักการสำคัญหลายประการ ได้แก่ 1) ต้นทุนการผลิต (Production cost) ซึ่งหมายถึงค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตสินค้า ทั้งวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต 2) อัตรากำไรขั้นต้น (Gross profit margin) คือสัดส่วนของกำไรขั้นต้นต่อยอดขาย 3) อัตรากำไรสุทธิ (Net profit margin) คือสัดส่วนของกำไรสุทธิต่อยอดขาย 4) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) ซึ่งวัดประสิทธิภาพในการใช้เงินลงทุนเพื่อสร้างผลกำไร 5) อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (Return on Assets: ROA) ที่แสดงถึงความสามารถในการใช้สินทรัพย์เพื่อสร้างกำไร 6) จุดคุ้มทุน (Break-even point) คือระดับยอดขายที่ทำให้รายได้เท่ากับต้นทุนรวม และ 7) ส่วนเกินที่ปลอดภัย (Margin of safety) ซึ่งแสดงถึงระดับความปลอดภัยในการดำเนินธุรกิจ (เบญจมาศ อภิสิทธิ์ปัญญา, 2565) แนวคิดเหล่านี้มีความเชื่อมโยงกันในแง่ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์และวางแผนการดำเนินงานเพื่อสร้างที่ยั่งยืนทางการเงินให้กับธุรกิจชุมชน

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

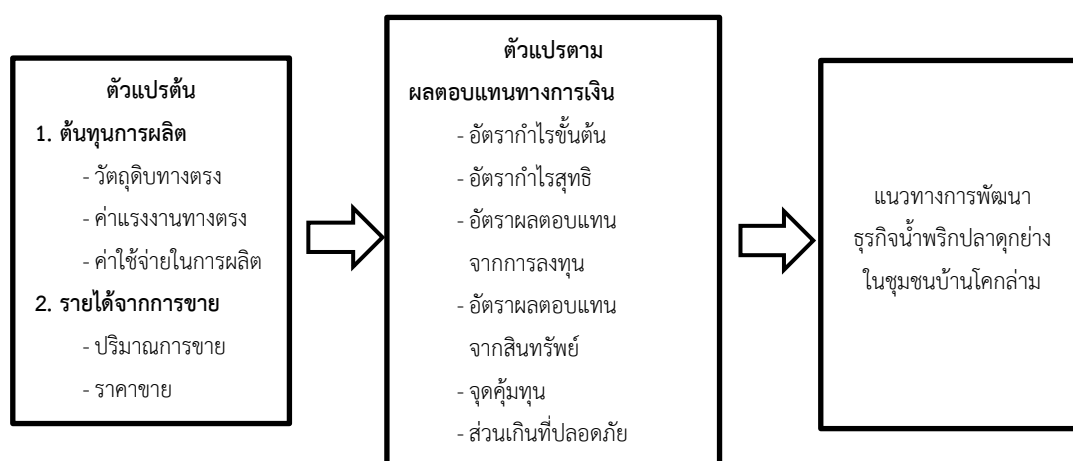
จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ชุมชนหลากหลายประเภท โดยส่วนใหญ่ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก ตัวอย่างเช่น ภาวินี รัตนอนวัช (2563) ศึกษาการบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและอัตราส่วนทางการเงิน ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์ต้นทุนอย่างละเอียดช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถกำหนดราคาขายและวางแผนกำไรได้อย่างเหมาะสม ในขณะที่ ญัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล (2565) ศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนและประสิทธิภาพการจัดการต้นทุน-ผลตอบแทนสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงของธุรกิจขนาดเล็ก โดยใช้การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) และอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การลงทุนในธุรกิจน้ำพริกแกงมีความคุ้มค่าทางการเงิน แต่ต้องให้ความสำคัญกับการควบคุมต้นทุนวัตถุดิบและแรงงานนอกจากนี้ ยังมีแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนที่เน้นการพึ่งพาตนเองและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (ลานา วงศ์ไชยยา และคณะ, 2567) จากการวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า รุ่งโรจน์ ฝ่ายเยื่อ และศิริรักษ์ สันติย์ (2563) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของกลุ่มแม่บ้านในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชนบ้านไผ่ขอตอน โดยใช้วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ผลการศึกษาทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรค และความต้องการของกลุ่มแม่บ้านทำให้ได้มาซึ่งแนวทางในการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มได้ ในขณะที่อุทิศ ทาหอม, แดงกวา โอทาร์มย์ และอัมพวัฒน์ กรดรัมย์ (2562) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มน้ำพริกบ้านบัว โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ วาสนา แสนมา และเบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ (2568) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกทุเรียนในอำเภอเมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการใช้แนวคิดบัญชีการจัดการและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน เช่น ROI และโครงสร้างต้นทุนการผลิต สะท้อนให้เห็นว่าการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการทำกำไรและความยั่งยืนของกิจการในระดับชุมชนและภาคการผลิต

อย่างไรก็ตามงานวิจัยส่วนใหญ่มีข้อจำกัดในแง่ของการศึกษาเฉพาะกรณี ทำให้ยากต่อการนำผลการศึกษาไปใช้อ้างอิงในวงกว้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นสินค้า OTOP การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทน กรณีศึกษาน้ำพริกปลาตุ๋นอย่างบ้านโคกล่ามเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ดังกล่าว โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนควบคู่ไปกับการศึกษาปัญหา อุปสรรคการดำเนินงาน เพื่อหาแนวทางการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชนและการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้อาศัยแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินเป็นหลัก โดยมุ่งศึกษาโครงสร้างต้นทุนการผลิต ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต รวมถึงการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน นอกจากนี้ ยังนำแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการจัดการวิสาหกิจชุมชนมาประยุกต์ใช้ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจน้ำพริกปลาตุ๋นภายในบริบทของชุมชนบ้านโคกล่าม แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) โดยผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพบูรณาการร่วมกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเกี่ยวกับต้นทุน

และผลตอบแทนของการผลิตน้ำพริกปลาตุ๋นบ้านโคกล่าม การวิจัยเชิงปริมาณจะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินและบัญชี ในขณะที่การวิจัยเชิงคุณภาพจะทำให้เข้าใจกระบวนการผลิต การจัดการ และปัจจัยที่ส่งผลต่อต้นทุนและผลตอบแทน

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกทั้งหมดของกลุ่มวิสาหกิจปลูกผักปลอดสารพิษบ้านโคกล่าม ซึ่งตั้งอยู่หมู่ที่ 7 ตำบลทุ่งสว่าง อำเภอบัวชุม จังหวัดนครราชสีมา โดยกลุ่มอาชีพน้ำพริกปลาตุ๋นบ้านโคกล่าม ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2558 มีสมาชิกเริ่มแรกจำนวน 10 คน และยังคงเป็นสมาชิกหลักในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม ดังนั้น ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจปลูกผักปลอดสารพิษบ้านโคกล่าม จำนวน 10 คน ซึ่งมีบทบาทร่วมกันในการบริหารจัดการ การผลิต และการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้มาจากการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกเฉพาะสมาชิกที่มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการกลุ่ม ได้แก่ คณะกรรมการบริหารกลุ่มอาชีพ จำนวน 6 คน ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก ปฏิคม และฝ่ายประชาสัมพันธ์ เหตุผลในการเลือกกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว เนื่องจากคณะกรรมการบริหารเป็นผู้มีหน้าที่กำหนดนโยบาย วางแผน การดำเนินงาน บริหารจัดการเงินทุน และควบคุมการดำเนินงานของกลุ่มโดยตรง จึงเป็นผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารจัดการ ต้นทุน ผลตอบแทน และแนวทางการพัฒนากลุ่มอาชีพได้อย่างครบถ้วน

3. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การจัดการต้นทุน และการตลาด 2) แบบบันทึกข้อมูลทางการเงินและบัญชี เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้านต้นทุนและรายได้ และ 3) แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) เพื่อศึกษากระบวนการผลิตและการดำเนินงานจริง เครื่องมือทั้งหมดได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการทดสอบซ้ำ (Test-retest method) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นเพียงพอ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2563) ซึ่งค่าที่ได้ของงานวิจัยนี้คือ 0.75

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม 2567 โดยคณะผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์และสังเกตการณ์กระบวนการผลิตและการดำเนินงานของกลุ่ม พร้อมทั้งเก็บข้อมูลทางการเงินและบัญชีย้อนหลังเป็นระยะเวลา 1 ปี ซึ่งการเก็บข้อมูลจะทำอย่างเป็นระบบ โดยมีการนัดหมายล่วงหน้า

ทั้งนี้ ในด้านจริยธรรมการวิจัย คณะผู้วิจัยได้ขอความยินยอมจากผู้เข้าร่วมวิจัยทุกคนโดยชี้แจงวัตถุประสงค์และขั้นตอนการวิจัยอย่างละเอียด รวมถึงสิทธิในการถอนตัวจากการวิจัยได้ตลอดเวลา ข้อมูลส่วนบุคคลจะถูกเก็บเป็นความลับและนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น ข้อจำกัดของการวิจัยอาจเกิดจากการที่กลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็ก ซึ่งอาจส่งผลต่อการนำผลการวิจัยไปใช้อ้างอิงในวงกว้าง ผู้วิจัยจะแก้ไขโดยการเก็บข้อมูลอย่างละเอียดและครอบคลุมทุกมิติ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทที่คล้ายคลึงกันได้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจะใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และข้อมูลเชิงคุณภาพจะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ในส่วนของวิธีการ

วิเคราะห์ข้อมูลด้านต้นทุนใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ต้นทุนการผลิต เท่ากับวัตถุดิบทางตรง บวก ค่าแรงงานทางตรงบวก ค่าใช้จ่ายการผลิต ข้อมูลผลตอบแทนใช้อัตราส่วนทางการเงิน ประกอบด้วย อัตรากำไรขั้นต้น (Gross profit margin) อัตรากำไรสุทธิ (Net profit margin) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment: ROI) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Assets: ROA) รายได้ค่าขายจุดคุ้มทุน (Break-even sales) และส่วนเกินความปลอดภัย (Margin of safety)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาต้นทุนของกลุ่มอาชีพน้ำพริกปลาตุ๋นบ้านโคกล่าม

วิสาหกิจปลูกผักปลอดสารพิษบ้านโคกล่าม ตั้งอยู่ที่หมู่ 7 ตำบลทุ่งสว่าง อำเภอประทาย จังหวัดนครราชสีมา เริ่มก่อตั้งวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2558 มีเงินลงทุนเริ่มแรก จำนวน 20,000 บาท เป็นเงินทุนจากสมาชิกเริ่มแรก คนละ 2,000 บาท จำนวนสมาชิก 10 คน กลุ่มวิสาหกิจปลูกผักปลอดสารพิษบ้านโคกล่าม มีสินทรัพย์ดำเนินงานรวม ได้แก่ อาคาร เครื่องครัวและอุปกรณ์เครื่องครัว และเครื่องใช้สำนักงาน รวมมูลค่า 136,000 บาท มีกำลังการผลิตปีละ 3,000 กระปุก ส่งจัดจำหน่ายตามร้านค้าชุมชนในหมู่บ้าน ร้านขายของฝากในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ในรูปแบบการขายส่งร้อยละ 40 และส่งจัดจำหน่ายให้ร้านค้าสหกรณ์บ้านโคกล่าม ในรูปแบบขายปลีกร้อยละ 60 กลุ่มแม่บ้านโคกล่าม ได้รับโล่รางวัลชนะเลิศ และเกียรติบัตรกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดีเด่นของกรมส่งเสริมการเกษตร (ระดับจังหวัด และระดับประเทศ) ประจำปี พ.ศ. 2565 ผลการศึกษาข้อมูลต้นทุนการผลิตน้ำพริกปลาตุ๋นบ้านโคกล่าม แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 งบต้นทุนการผลิต

กลุ่มอาชีพน้ำพริกปลาตุ๋นบ้านโคกล่าม			
งบต้นทุนการผลิต			
สำหรับระยะเวลา 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566			
		จำนวนเงิน (บาท)	ร้อยละ
วัตถุดิบทางตรงใช้ในการผลิต			
ปลาตุ๋น	16,800		
พริกป่น	5,040		
หอมแดง	960		
กระเทียม	1,680	24,480	41.91
ค่าแรงงานทางตรง		7,200	12.33
ค่าใช้จ่ายการผลิต			
วัตถุดิบทางอ้อม	6,894		
ค่าแรงงานทางอ้อม	3,600		
ค่าใช้จ่ายการผลิตอื่น ๆ	16,232	26,726	45.76
ต้นทุนสินค้าที่ผลิตเสร็จ		58,406	100.00

จากการวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนในตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มอาชีพน้ำพริกปลาตุ๋กบ้านโคกล่ามมีต้นทุนการผลิตรวมต่อปีอยู่ที่ 58,406 บาท โดยแบ่งเป็นวัตถุดิบทางตรง 24,480 บาท (ร้อยละ 41.91) ค่าแรงงานทางตรง 7,200 บาท (ร้อยละ 12.33) และค่าใช้จ่ายในการผลิต 26,726 บาท (ร้อยละ 45.76) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าค่าใช้จ่ายในการผลิตมีสัดส่วนสูงที่สุด โดยเฉพาะค่าวัตถุดิบทางอ้อมและค่าใช้จ่ายการผลิตอื่น ๆ ที่มีมูลค่าสูงถึง 23,126 บาท ทั้งนี้ ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยอยู่ที่ 19.47 บาทต่อกระปุก ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันในตลาดได้

ตารางที่ 2 งบกำไรขาดทุนแสดงกำไรขั้นต้น

กลุ่มอาชีพน้ำพริกปลาตุ๋กบ้านโคกล่าม งบกำไรขาดทุน (แสดงกำไรขั้นต้น) สำหรับระยะเวลา 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566		
	จำนวนเงิน (บาท)	ร้อยละ
รายได้ค่าขาย	99,000	100.00
- ขายส่ง 30 บาท 1,200 กระปุก		
- ขายปลีก 35 บาท 1,800 กระปุก		
ต้นทุนการผลิตและขาย	58,406	59.00
กำไรขั้นต้น	40,594	41.00
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	3,960	4.00
กำไรสุทธิ	36,634	37.00

2. ผลการศึกษาผลตอบแทนของกลุ่มอาชีพน้ำพริกปลาตุ๋กอย่างบ้านโคกล่าม

ผลตอบแทนปรากฏดังตารางที่ 2 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มมีรายได้จากการขายน้ำพริกปลาตุ๋กอย่างรวม 99,000 บาทต่อปี โดยเป็นการขายส่งจำนวน 1,200 กระปุก และขายปลีก 1,800 กระปุก ในราคาขายส่ง กระปุกละ 30 บาท และขายปลีกกระปุกละ 35 บาท ตามลำดับ กลุ่มมีกำไรขั้นต้น 40,594 บาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 41 และมีกำไรสุทธิ 36,634 บาท คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 37 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 3 อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI)	=	$\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{เงินลงทุน}}$	$\times 100$	=	$\frac{36,634}{20,000} \times 100$	=	183.17%
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA)	=	$\frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{สินทรัพย์รวม}}$	$\times 100$	=	$\frac{36,634}{136,000} \times 100$	=	26.94%

ที่มา: การสัมภาษณ์และการคำนวณ

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินในตารางที่ 3 แสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนที่น่าพอใจ โดยอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) อยู่ที่ร้อยละ 183.17 ซึ่งสูงมาก แสดงให้เห็นว่าธุรกิจนี้มีความคุ้มค่าในการลงทุนอย่างยิ่ง นอกจากนี้ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) อยู่ที่ร้อยละ 26.94 ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์เพื่อสร้างกำไร

ตารางที่ 4 งบกำไรขาดทุนแสดงกำไรส่วนเกิน

กลุ่มอาชีพหน้าพริกปลาดุกบ้านโคกล่าม งบกำไรขาดทุน (แสดงกำไรส่วนเกิน) สำหรับระยะเวลา 1 ปี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2566			
	จำนวนเงิน (บาท)		ร้อยละ
รายได้ค่าขาย	99,000		100%
ต้นทุนผันแปร			
วัตถุดิบทางตรง	24,480		
ค่าแรงงานทางตรง	7,200		
ค่าใช้จ่ายการผลิตผันแปร	10,494	42,174	42.60%
กำไรส่วนเกิน	56,826		57.40%
ต้นทุนคงที่			
ค่าใช้จ่ายการผลิตคงที่	16,232		
ค่าใช้จ่ายการขายและบริหารคงที่	3,960	20,192	
กำไรสุทธิ	36,634		

ตารางที่ 5 จุดคุ้มทุนและส่วนเกินที่ปลอดภัย

รายได้ค่าขายคุ้มทุน รวม (บาท)	$= \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{อัตรากำไรส่วนเกินรวม}} = \frac{20,192}{57.40\%} = 30,861.45 \text{ บาท}$		
รายได้ค่าขายคุ้มทุน (ขายส่ง)	$= \text{รายได้ค่าขายจริงรวม} \times \text{สัดส่วนการขายส่ง}$ $= 30,861.45 \times 40\% = 12,344.58 \text{ บาท}$		
รายได้ค่าขายคุ้มทุน (ขายปลีก)	$= \text{รายได้ค่าขายจริงรวม} \times \text{สัดส่วนการขายปลีก}$ $= 30,861.45 \times 60\% = 18,516.87 \text{ บาท}$		
ส่วนเกินที่ปลอดภัย (ขายส่ง)	$= \text{รายได้ค่าขายจริง (ขายส่ง)} - \text{รายได้ค่าขายคุ้มทุน (ขายส่ง)}$ $= (3,000 \text{ กระปุก} \times 40\% \times 30 \text{ บาท}) - 12,344.58 = 23,655.42 \text{ บาท}$		
ส่วนเกินที่ปลอดภัย (ขายปลีก)	$= \text{รายได้ค่าขายจริง (ขายปลีก)} - \text{รายได้ค่าขายคุ้มทุน (ขายส่ง)}$ $= (3,000 \text{ กระปุก} \times 60\% \times 35 \text{ บาท}) - 18,516.87 = 44,483.13 \text{ บาท}$		
อัตราส่วนเกินที่ ปลอดภัย (ขายส่ง)	$= \frac{\text{ส่วนเกินที่ปลอดภัย (ขายส่ง)}}{\text{รายได้ค่าขายจริง (ขายส่ง)}} \times 100 = \frac{23,655.42}{36,000} \times 100 = 65.71\%$		
อัตราส่วนเกินที่ ปลอดภัย (ขายปลีก)	$= \frac{\text{ส่วนเกินที่ปลอดภัย (ขายปลีก)}}{\text{รายได้ค่าขายจริง (ขายปลีก)}} \times 100 = \frac{44,483.13}{63,000} \times 100 = 70.61\%$		

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและส่วนเกินที่ปลอดภัยในตารางที่ 4 และ 5 ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับความมั่นคงทางการเงินของธุรกิจ โดยพบว่ารายได้คุ้มทุนรวมอยู่ที่ 30,861.45 บาท แบ่งเป็นรายได้คุ้มทุนจากการขายส่ง 12,344.58 บาท และขายปลีก 18,516.87 บาท ซึ่งต่ำกว่ารายได้จริงที่ทำได้นั้น แสดงให้เห็นว่าธุรกิจมีความมั่นคงและมีส่วนเกินที่ปลอดภัยสูง โดยมีอัตราส่วนเกินที่ปลอดภัยสำหรับการขายส่งอยู่ที่ร้อยละ 65.71 และขายปลีก ร้อยละ 70.61 สะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจมีความยืดหยุ่นสูงในการรับมือกับความผันผวนของยอดขาย

ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของธุรกิจน้ำพริกปลาตุ๋นบ้านโคกล่ามในการสร้างรายได้และกำไรให้แก่ชุมชน อย่างไรก็ตาม ยังมีโอกาสในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานในหลายด้าน โดยเฉพาะการบริหารจัดการต้นทุนการผลิต ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 45.76 ของต้นทุนทั้งหมด การลดต้นทุนในส่วนนี้จะช่วยเพิ่มกำไรและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้การที่กลุ่มมีอัตรากำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิที่สูง (ร้อยละ 41 และ 37 ตามลำดับ) แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการขยายธุรกิจ โดยอาจพิจารณาเพิ่มกำลังการผลิตหรือขยายตลาด ทั้งนี้ควรคำนึงถึงความสามารถในการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพไปพร้อมกัน

อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ที่สูงถึงร้อยละ 183.17 เป็นตัวชี้วัดสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งอาจดึงดูดให้มีการลงทุนเพิ่มเติมในอนาคต อย่างไรก็ตาม ควรพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น ความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

การที่ธุรกิจมีจุดคุ้มทุนที่ต่ำกว่ารายได้จริงมาก และมีส่วนเกินที่ปลอดภัยสูง แสดงให้เห็นถึงความมั่นคงทางการเงินและความสามารถในการรับมือกับความผันผวนของยอดขาย อย่างไรก็ตามกลุ่มควรระมัดระวังไม่ให้เกิดความประมาท และควรมีการวางแผนรับมือกับสถานการณ์ที่อาจทำให้อยอดขายลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

3. ผลการศึกษาด้านการบริหารจัดการ

กลุ่มอาชีพน้ำพริกปลาตุ๋นบ้านโคกล่ามประสบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจหลายประการ ได้แก่ 1) ปัญหาด้านการบริหาร เนื่องจากสมาชิกมีภาระงานประจำคือ อาชีพทำนา ทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าได้ทันเมื่อมีคำสั่งซื้อจำนวนมาก ส่งผลให้การบริหารจัดการการผลิตไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร 2) ปัญหาด้านการบัญชี โดยกลุ่มไม่มีการบันทึกรายรับรายจ่ายอย่างเป็นระบบ ทำให้ไม่สามารถติดตามผลการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4) ปัญหาด้านการขาย เนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ และ 5) ปัญหาด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ยังจำกัดอยู่เฉพาะในชุมชน ทำให้ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

สำหรับแนวทางการพัฒนาธุรกิจ 1) ปัญหาด้านการบริหาร ควรจ้างแรงงานในชุมชนเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการสร้างอาชีพในชุมชน รวมถึงเป็นการเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อรองรับคำสั่งซื้อที่มากขึ้น 2) ปัญหาด้านการบัญชี ควรให้มีการจัดทำระบบบัญชีอย่างง่าย เพื่อให้สามารถติดตามผลการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) ด้านการขายและตลาด แม้ว่าธุรกิจจะมีผลประกอบการที่ดี แต่ยังมีโอกาสในการขยายตลาดและเพิ่มยอดขาย โดยเฉพาะการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้เข้าถึงลูกค้าในวงกว้างมากขึ้น พัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและดึงดูดใจลูกค้ามากขึ้น ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้จะช่วยยกระดับศักยภาพของกลุ่มและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

โดยสรุปผลการวิเคราะห์ทางการเงินแสดงให้เห็นว่าธุรกิจน้ำพริกปลาตุ๋นของกลุ่มอาชีพบ้านโคกลำมีผลการดำเนินงานที่ดีมาก มีความสามารถในการทำกำไรสูง และมีความมั่นคงทางการเงิน อย่างไรก็ตาม ยังมีโอกาสในการพัฒนาด้านการบริหารต้นทุน การขยายตลาด และการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนและการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว ทั้งนี้ การพัฒนาธุรกิจควรคำนึงถึงการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และการสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจน้ำพริกปลาตุ๋นที่บ้านโคกลำได้ให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าเกี่ยวกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ชนบทของไทย ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าธุรกิจนี้มีศักยภาพสูงในการสร้างรายได้และกำไรให้แก่ชุมชน โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 41 และอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 37 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก สะท้อนถึงประสิทธิภาพในการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย นอกจากนี้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ที่สูงถึงร้อยละ 183.17 แสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าในการลงทุนอย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล (2565) ที่พบว่าวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีผลตอบแทนที่ดี การวิเคราะห์โครงสร้างต้นทุนพบว่า ค่าใช้จ่ายในการผลิตมีสัดส่วนสูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.76 ของต้นทุนทั้งหมด ตามด้วยวัตถุดิบทางตรงร้อยละ 41.91 และค่าแรงงานทางตรงร้อยละ 12.33 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา แสนมา และเบญจมาศ อภิสิทธิ์ธิญญ (2568) ที่พบว่าการใช้แนวคิดบัญชีการจัดการและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุน เช่น อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) และโครงสร้างต้นทุนการผลิต งานวิจัยทั้งสองเรื่องนี้สะท้อนให้เห็นว่าการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการทำกำไรและความยั่งยืนของกิจการในระดับชุมชนและภาคการผลิต ข้อมูลนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการค่าใช้จ่ายในการผลิต โดยเฉพาะค่าวัตถุดิบทางอ้อมและค่าใช้จ่ายการผลิตอื่น ๆ ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง 23,126 บาท การลดต้นทุนในส่วนนี้อาจช่วยเพิ่มกำไรได้อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดของภาวินี ธนาอนวัช (2563) ที่เน้นความสำคัญของการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์สำหรับวิสาหกิจชุมชน สำหรับผลการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจมีความมั่นคงและมีส่วนเกินที่ปลอดภัยสูง โดยมีรายได้คุ้มทุนรวมเพียง 30,861.45 บาท ซึ่งต่ำกว่ารายได้จริงที่ทำได้อีกมาก อัตราส่วนเกินที่ปลอดภัยสำหรับการขายส่งและขายปลีกอยู่ที่ร้อยละ 65.71 และ 70.61 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจมีความยืดหยุ่นสูงในการรับมือกับความผันผวนของยอดขาย ข้อมูลนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของนิรนาท เสนาจันทร์ (2566) ที่พบว่า การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการผลิตและกำหนดราคาขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษานี้ยังพบปัญหาและอุปสรรคสำคัญในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการบริหาร ได้แก่ การขาดแคลนแรงงานในช่วงที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก ปัญหาด้านการบัญชีที่ไม่มีการจดบันทึกอย่างเป็นระบบ และปัญหาด้านการตลาดที่การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง ปัญหาเหล่านี้สอดคล้องกับงานวิจัยของลานา วงศ์ไชยา และคณะ (2567) ที่ชี้ให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มักประสบปัญหาด้านการบริหารจัดการและการตลาด ซึ่งส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว ผลการวิจัยนี้มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยชี้ให้เห็นว่าการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้ที่มั่นคงให้แก่ชุมชนได้ สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่เน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ

และสังคมแห่งชาติ. 2565) ปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในหลายมิติทั้งด้านประสิทธิภาพการผลิต การบริหารจัดการต้นทุน และโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ทางการเงินแสดงให้เห็นว่าธุรกิจยังคงมีผลประกอบการที่ดี มีกำไรและผลตอบแทนจากการลงทุนสูง แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาและขยายธุรกิจในอนาคต หากสามารถแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่พบได้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการ การเพิ่มกำลังการผลิต การปรับปรุงระบบบัญชี และการขยายช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่าย จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืน ให้กับธุรกิจในระยะยาว อย่างไรก็ตามการศึกษานี้มีข้อจำกัดในด้านขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ค่อนข้างเล็ก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลการวิจัยไปใช้อ้างอิงในวงกว้าง

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 ควรพัฒนาระบบบัญชีที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถติดตามและควบคุมต้นทุน ได้อย่างแม่นยำ โดยอาจใช้โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับขนาดของธุรกิจ หรือจัดอบรมด้านการบัญชี ให้กับสมาชิกในกลุ่ม

1.2 ควรวางแผนกำลังคนให้เหมาะสม โดยอาจพิจารณาการจ้างแรงงานเพิ่มในช่วงที่มีคำสั่งซื้อ จำนวนมาก หรือสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับกลุ่มแม่บ้านในชุมชนใกล้เคียงเพื่อช่วยในการผลิต

1.3 ควรขยายช่องทางการตลาด โดยเฉพาะทางออนไลน์ เช่น การสร้างเพจเฟซบุ๊ก หรือเข้าร่วม แพลตฟอร์มการขายสินค้าชุมชนออนไลน์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋นกับ ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในกลุ่มอาหารแปรรูปที่คล้ายคลึงกัน เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันและหาแนวทาง ในการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการตลาดที่เหมาะสม

2.2 ควรทำการวิจัยเชิงทดลองเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ออนไลน์ของผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุ๋น เพื่อประเมินผลกระทบต่อยอดขายและผลตอบแทนของธุรกิจ รวมถึง ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล

รายการอ้างอิง

- ณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565). “การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนประสิทธิภาพ การบริหารต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์พริกแกงในกิจการขนาดเล็ก.” **วารสารศิลปศาสตร์และ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**. 9(2) : 81-97.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญปิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นรินา ทนทานจันทร์. (ตุลาคม-ธันวาคม 2566). “การวิเคราะห์ต้นทุนและจุดคุ้มทุนในการประกอบธุรกิจผลิต ปลาข้าวปุ้นสมุนไพรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองผือ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น” . **วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. 13(4) : 151-163.

- เบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ. (2565). **การบัญชีบริหาร**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เพ็ญนภา เขาวนา และคณะ. (กันยายน-ธันวาคม 2566). “การคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ของบรรจุภัณฑ์อาหารรักษ์โลกจากใบจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุ่งกระบือร่วมใจพัฒนา อำเภอย่านตาขาว จังหวัดตรัง”. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี**. 17(3) : 17-30.
- ภาวินีย์ ธนาอนวัช. (มกราคม-มิถุนายน 2563). “การบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน”. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี**. 9(1) : 47-56.
- รุ่งโรจน์ ฝ่ายเยื่อ และศิริรักษ์ สันติชัย. (มกราคม-เมษายน 2563). “การมีส่วนร่วมของกลุ่มแม่บ้านในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์น้ำพริกชุมชนบ้านไผ่ขอดอน ตำบลไผ่ขอดอน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก”. **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น**. 4(1) : 101-116.
- ลانا วงศ์ไชยา และคณะ. (มกราคม - มิถุนายน 2567). “แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกไข่ปูเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนบ้านหน้าทับ หมู่ที่ 7 ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช”. **วารสารนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน**. 4(1) : 1-12.
- วาสนา แสนมา และเบญจมาศ อภิสิทธิ์ภิญโญ. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568). “การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการปลูกทุเรียนในอำเภอมืองปราจีนบุรี จังหวัดปราจีนบุรี”. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**. 4(2) : 99-114.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)**. กรุงเทพฯ : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- อุทิศ ทาหอม แต่งกวา โอทาร์มย์, และอัมพวัฒน์ กรดรัมย์. (มกราคม-มิถุนายน 2562). “แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มน้ำพริกบ้านบัว ตำบลบ้านบัว อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์”. **วารสารรามคำแหงฉบับมนุษยศาสตร์**. 38(1) : 19-42.

แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์:

กรณีศึกษาสถานีรถไฟหัวลำโพง กรุงเทพมหานคร

Guidelines for Cultural Landscape Management for Museum Tourism:

A Case Study of Hua Lamphong Railway Station, Bangkok

พัทธ์ธีรา ผดุงศ์^{1*}, จิตตานันท์ มีทิศ², และ รติรัตน์ เขียวมีสวน³Phatthira Pudwong^{1*}, Jitthanant Metis², and Rathirat Kheawmesuan³

Received 12 February 2026
Revised 09 May 2026
Accepted 28 May 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพง และเสนอแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมในพื้นที่สถานีรถไฟหัวลำโพงเพื่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ โดยรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสำรวจจากกลุ่มเจ้าหน้าที่ พนักงาน และนักท่องเที่ยว รวม 30 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า 1) สถานีรถไฟหัวลำโพงมีภูมิทัศน์วัฒนธรรม 3 รูปแบบ ได้แก่ ภูมิทัศน์ที่ได้รับการออกแบบและสร้างสรรค์อย่างตั้งใจโดยมนุษย์ ภูมิทัศน์ที่วิวัฒนาการมาจากการเปลี่ยนแปลงและมีการพัฒนาที่สืบเนื่องมาอยู่ปัจจุบัน และภูมิทัศน์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมในพื้นที่ ซึ่งล้วนมีศักยภาพที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑ์อย่างยิ่ง และ 2) แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมหัวลำโพงเพื่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์สมัยใหม่ที่น่าสนใจ

^{1*} ศศ.ม. การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2562. อาจารย์สังกัดคณะกรรมการบริการและการท่องเที่ยว, วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.

^{1*} M.A. Integrated Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA), 2019. Lecturer of Faculty of Hospitality and Tourism, Siam Technology College.

*Corresponding author. e-mail : Phatthirap@siamtechno.ac.th

² ศศ.ม. การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2560. อาจารย์สังกัดวิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ, มหาวิทยาลัยรังสิต.

² M.A. Integrated Tourism Management, National Institute of Development Administration (NIDA), 2017. Lecturer of The college of Tourism and Hospitality Industry, Rangsit University.

³ ปรัช.ด. การจัดการมรดกทางสถาปัตยกรรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2559. อาจารย์สังกัดวิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ, มหาวิทยาลัยรังสิต

³ Ph.D. Architectural Heritage Management and Tourism, Silpakorn University, 2016. Lecturer of The college of Tourism and Hospitality Industry, Rangsit University

การจัดการความรู้ ประสบการณ์ผู้ใช้ และวัตถุประสงค์อย่างเป็นระบบ (2) ด้านการจัดสรรพื้นที่จัดแสดง โดยใช้พื้นที่ชั้น 1 เล่าประวัติศาสตร์ผ่านรถไฟเล็กและสื่อประสมเพื่อสร้างประสบการณ์เสมือนจริง ส่วนพื้นที่ชั้น 2 จัดแสดงวัตถุโบราณและงานศิลปะ โดยมีบันไดประวัติศาสตร์เป็นจุดเชื่อมโยง และ (3) ด้านการอนุรักษ์และการปรับปรุงประโยชน์ใช้สอยที่ให้ความสำคัญกับการรักษาอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมดั้งเดิมควบคู่ไปกับการพัฒนาพื้นที่โดยรอบเป็นย่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมปัจจุบัน

คำสำคัญ: การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม, การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์, สถานีรถไฟหัวลำโพง

Abstract

This research aimed to survey the cultural landscape of Hua Lamphong Railway Station and propose management guidelines for museum tourism within the station area. Data were collected through in-depth interviews and surveys with a total of 30 participants, including officers, employees, and tourists. The collected data were then analyzed using content analysis. The findings revealed that Hua Lamphong Railway Station has three patterns of cultural landscape: intentionally designed landscapes, organically evolved landscapes continuing to the present, and associative cultural landscapes. These patterns possess high potential for development as a museum tourism destination. Furthermore, the proposed guidelines for managing Hua Lamphong cultural landscape for museum tourism encompass three key aspects. First, modern museum management should emphasize knowledge management, visitor experience, and systematic collection management. Second, spatial exhibition allocation should utilize the first floor to narrate history via miniature trains and multimedia to create immersive experiences, while the second-floor displays antiquities and artworks, linked by the historical staircase. Third, conservation and adaptive reuse must prioritize preserving the original architectural identity while developing the surrounding area into a creative economy district aligned with contemporary societal contexts.

Keywords: Cultural Landscape Management, Museum Tourism, Hua Lamphong Railway Station

บทนำ

สถานีรถไฟกรุงเทพ หรือที่ปรากฏในนิยามเชิงพื้นที่ว่า “หัวลำโพง” มิได้เป็นเพียงศูนย์กลางการคมนาคมทางรางที่เก่าแก่ที่สุดของประเทศไทยเท่านั้น หากแต่ยังประจักษ์พยานทางประวัติศาสตร์ที่สะท้อนถึงการรับอิทธิพลอารยธรรมตะวันตกในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว สถาปัตยกรรมอันโดดเด่นด้วยโดมเหล็กครึ่งวงกลมและกระจกสีตามลักษณะศิลปะแบบยุคฟื้นฟูศิลปวิทยาการของอิตาลี (Italian renaissance) และยุคนีโอคลาสสิก (Neo-classicism) มิได้ถูกออกแบบมาเพื่ออรรถประโยชน์ทางการสัญจรเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นการแสดงออกถึงนัยเชิงอำนาจและความทันสมัยของสยามประเทศในเวทีโลก และในปัจจุบันเมื่อบทบาทการเป็นศูนย์กลางการขนส่งมวลชนในระดับโครงสร้างพื้นฐานได้ถูกส่งต่อมายังสถานีกลางกรุงเทพอภิวัฒน์ หัวลำโพงจึงได้ยกระดับฐานะจากสถานที่เปี่ยมด้วยพลวัตไปสู่การเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีชีวิต การท่องเที่ยวในย่านหัวลำโพงในมิตินี้จึงมิใช่เพียงการสัญจรเชิงนันทนาการ แต่คือการศึกษาเชิงมานุษยวิทยาและการอนุรักษ์สถาปัตยกรรม

นักท่องเที่ยวจะได้พิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ และเวลาผ่านบริบทของชุมชนโดยรอบ อาทิ ย่านตลาดน้อย และถนนโมเดิร์นจิตร ซึ่งเป็นตัวอย่งของการปรับตัวทางวัฒนธรรมและการอนุรักษ์ย่านประวัติศาสตร์ให้คงอยู่ท่ามกลางกระแสการพัฒนาเมืองในยุคโลกาภิวัตน์

แต่เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2562 ไทยรัฐออนไลน์ได้เสนอข่าวสารเกี่ยวกับสถานีรถไฟหัวลำโพงไว้ว่า “...ขณะที่สถานีรถไฟบางซื่อจะมาเป็นสถานีรถไฟหัวลำโพงและเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางรถไฟแห่งใหม่ของไทย และจะยกระดับให้เป็น “แกรนด์ สเตชัน” หรือสถานีด้านการคมนาคมคล้ายกับโตเกียวสเตชันของญี่ปุ่น หรือคล้ายกับไทเป เมิน สเตชันของไต้หวัน เป็นสถานีต้นทางของรถไฟสายสีแดง เป็นสถานีชุมทางของรถไฟทางไกล สายเหนือ สายตะวันออก และสายใต้ ระบบรถไฟชานเมืองสายสีแดง แอร์พอร์ต เรล ลิงก์ และรถไฟความเร็วสูง หรือไฮสปีดเทรน ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งตามแผนจะเร่งดำเนินการเพื่อรองรับการเปิดให้บริการรถไฟสายสีแดง ช่วงบางซื่อ-รังสิตในปี พ.ศ.2563...” (ไทยรัฐออนไลน์. ออนไลน์. 2562)

จากเนื้อความดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกปัจจุบันเกี่ยวกับการเดินทางด้วยรถไฟ เนื่องจากในอดีตการเดินทางด้วยรถไฟส่วนใหญ่จะเป็นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการขนส่งสินค้า เนื่องจากประเทศไทยได้มีการเปิดการค้าเสรีกับต่างประเทศ จึงทำให้เกิดการเดินทางด้วยรถไฟเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งต่างกับปัจจุบันที่การเดินทางด้วยรถไฟนั้นไม่ได้รับความนิยมเหมือนในอดีตและสถานีรถไฟหัวลำโพงนั้นกำลังจะกลายเป็นเพียงตำนานของการรถไฟไทย แต่อย่างไรก็ตามด้วยภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพงที่มีทั้งประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และศิลปกรรมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานก็ถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพราะนอกจากพิพิธภัณฑสถานจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นสถานที่ศึกษาหาความรู้อีกด้วย เรียกได้ว่าเป็นแหล่งการเรียนรู้ที่สำคัญแหล่งหนึ่งเลยทีเดียว บางพิพิธภัณฑสถานก็สวยงามและยิ่งใหญ่อลังการจนกลายเป็นแลนด์มาร์กของเมืองหรือประเทศนั้น ๆ ไปเลย (Expedia Team. ออนไลน์. 2559)

ดังนั้นด้วยเหตุผลในข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพงในด้านต่าง ๆ เพื่อเสนอแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมในพื้นที่สถานีรถไฟหัวลำโพงเพื่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน อันก่อให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่และเป็นแหล่งเรียนรู้ทางการศึกษาเกี่ยวกับการรถไฟไทยต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพง
2. เพื่อเสนอแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมในพื้นที่สถานีรถไฟหัวลำโพงเพื่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพง
2. ได้แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมในพื้นที่สถานีรถไฟหัวลำโพงเพื่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน
3. ได้แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพิพิธภัณฑสถานที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมรดกทางสถาปัตยกรรม ซึ่งสามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่โดยรอบสถานี

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม

1.1 ภูมิทัศน์วัฒนธรรม ผู้ริเริ่มและพัฒนาแนวคิด “ภูมิทัศน์วัฒนธรรม” คือนักภูมิศาสตร์ชาวอเมริกัน ชื่อ Carl Sauer ในบทความชื่อ The Morphology of Landscape ที่ถูกเผยแพร่ในปี ค.ศ.1925 ซึ่งคำว่า “Cultural landscape” นี้มาจากคำว่า Cultural หรือ Culture ที่แปลว่า วัฒนธรรม และคำว่า Landscape แปลว่า ภูมิทัศน์ หรือ ภูมิประเทศ หรือ ทิวทัศน์ หากนำมารวมกันจึงเป็นคำว่า Cultural Landscape นอกจากนี้ ในการศึกษาเรื่องภูมิทัศน์วัฒนธรรมได้มีการจำแนกวัฒนธรรมออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามเกณฑ์ที่กำหนดแตกต่างกันไป ดังคณะกรรมการมรดกโลก (World heritage committee) องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรม แห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization : UNESCO) (UNESCO World Heritage Centre. Online. 2008 : 86; อับดุลเลาะ เจ๊ะหลง. 2566) ได้จำแนกประเภทภูมิทัศน์ วัฒนธรรมออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1.1 ภูมิทัศน์ที่ได้รับการออกแบบและสร้างสรรค์อย่างตั้งใจโดยมนุษย์ ซึ่งรวมทั้งสวนและสวนสาธารณะที่สร้างขึ้นเพื่อเหตุผลทางสุนทรีย์ แต่ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับศาสนาหรืออนุสรณ์สถาน

1.1.2 ภูมิทัศน์ที่วิวัฒนาการมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การปกครอง หรือศาสนา และมีการพัฒนาที่สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบันผ่านความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในพื้นที่นั้น ๆ เช่น ภูมิทัศน์ที่แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการของรูปทรงและองค์ประกอบที่รวมกันขึ้นเป็นภูมิทัศน์วัฒนธรรม ประกอบไปด้วย (1) ภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่หยุดนิ่ง หรือซากภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่ถูกทิ้งร้างไปตามวัฏจักรของการเสื่อมลงของพื้นที่ หรืออาจถูกทิ้งร้างไปโดยฉับพลัน (2) ภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่ยังเคลื่อนไหว กล่าวคือเป็นภูมิทัศน์ที่สะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ในปัจจุบันที่แสดงถึงพัฒนาการที่สืบเนื่องมาจากอดีตกระทั่งปัจจุบัน

1.1.3 ภูมิทัศน์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมในพื้นที่ ตัวอย่างเช่น ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของแหล่งมรดกโลกที่แสดงออกถึงพลังอันยิ่งใหญ่ และแรงบันดาลใจจากศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับภูมิลักษณะทางธรรมชาติที่มีมากกว่าประจักษ์พยานที่เป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม

1.2 การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม มีแนวทางการจัดการและอนุรักษ์ภูมิทัศน์วัฒนธรรมหลากหลายรูปแบบ เช่น การดูแลรักษา การรักษาให้คงสภาพ การบูรณะปฏิสังขรณ์ การสร้างขึ้นใหม่ การปรับปรุงประโยชน์ใช้สอยใหม่ การพัฒนาการสร้างสรรค์ใหม่ ซึ่งวิธีการที่นำมาใช้นั้นขึ้นอยู่กับบริบทของพื้นที่ โดยมีความแตกต่างกันทั้งด้านลักษณะกายภาพ เช่น สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ด้านภูมิทัศน์ทางสถาปัตยกรรม ด้านคุณค่าและความสำคัญของสถานที่ในด้านต่าง ๆ เช่น คุณค่าทางด้านศิลปะเทคนิค ความหายาก เศรษฐกิจ หรือการเมือง (Feilden and Jokilehto. 1998; UNESCO World Heritage Centre. Online. 2008)

2. แนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์และการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์

Desvallées and Mairesse (2010) และกรมศิลปากร (2536) กล่าวว่าพิพิธภัณฑ์ (Museum) หมายถึง สถานที่ให้บริการแก่สังคมและมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม โดยทำหน้าที่อนุรักษ์ค้นคว้าวิจัย เผยแพร่ความรู้และจัดแสดงมรดกทางวัฒนธรรม ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม รวมถึงการจัดแสดงสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของมนุษย์ ดังนั้นการจัดรูปแบบของพิพิธภัณฑ์สามารถแบ่งได้หลายลักษณะ เช่น แบ่งตามผู้เป็นเจ้าของ แบ่งตามการจัดแสดง และวัตถุประสงค์หรือแบ่งตามวัตถุที่จัดแสดง อาทิ พิพิธภัณฑ์ศิลปะ (Museum of arts) พิพิธภัณฑ์ศิลปะร่วมสมัย (Gallery of contemporary arts) พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยา (Natural history museum) พิพิธภัณฑ์ทางวิทยาศาสตร์และเครื่องจักรกล (Science and technology museum) พิพิธภัณฑ์ทาง

มานุษยวิทยาและชาติพันธุ์วิทยา (Museum of anthropology and ethnology) พิพิธภัณฑ์ทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี (Museum of history and archaeology) พิพิธภัณฑ์ประจำเมืองหรือท้องถิ่น (Regional museum/City museum) พิพิธภัณฑ์แบบพิเศษ (Specialized museum) และพิพิธภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษา (University museum) เป็นต้น

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาเฉพาะการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์แล้วสามารถแบ่งโครงสร้างการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวออกเป็น ส่วน ๆ เพื่อเน้นการเรียนรู้เชิงรุกได้ และจากการทบทวนวรรณกรรมตำราและงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่าน เกี่ยวกับการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ พบว่ารากฐานของพิพิธภัณฑ์มีจุดเริ่มต้นจากการเป็นคลังจัดเก็บส่วนบุคคล ที่รวบรวมวัตถุหายากเพื่อสะท้อนสถานะและอำนาจของชนชั้นนำในยุคอาณานิคม ทว่าเมื่อบริบทโลกเปลี่ยนผ่านสู่ยุคอุตสาหกรรมและประชาธิปไตย พิพิธภัณฑ์ได้ยกระดับบทบาทจากระบบการจัดเก็บเชิงอนุรักษ์ไปสู่การเป็นพื้นที่จัดการเรียนรู้เชิงรุกในมิติของการจัดการสมัยใหม่ พิพิธภัณฑ์ไม่ได้เป็นเพียงที่พำนักของวัตถุโบราณ แต่คือการบริหารจัดการองค์ประกอบ 3 ส่วนอย่างเป็นระบบ ดังต่อไปนี้

1) การจัดการวัตถุสะสม (Collection management) เป็นการ จัดหมวดหมู่และวิจัยข้อมูลเชิงลึกอย่างมีมาตรฐานวิทยาศาสตร์ ตามแนวคิดของ Lord and Lord (2001 : 31-40) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานพิพิธภัณฑ์ โดยเน้นที่การกำกับดูแล เพื่อให้มั่นใจว่าวัตถุที่พิพิธภัณฑ์ครอบครองจะได้รับการปกป้อง ดูแลรักษา และนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

2) การจัดการความรู้ (Knowledge management) เป็นการแปรรูปประวัติศาสตร์ให้เป็นเนื้อหาที่เข้าถึงง่าย ดังเช่นคำเสนอของ Hooper-Greenhill. (1992) เกี่ยวกับการจัดการความรู้ผ่านมุมมองทางประวัติศาสตร์และสังคมวิทยา โดยอิงแนวคิด Episteme โครงสร้างพื้นฐานทางความรู้ในแต่ละยุคสมัยของ Michel foucault เพื่ออธิบายว่าพิพิธภัณฑ์ไม่ได้เป็นเพียงสถานที่เก็บรวบรวมสิ่งของแต่เป็นเครื่องมือที่ใช้สร้างจัดระเบียบ และกำหนดรูปแบบความรู้ของสังคมในช่วง 600 ปีที่ผ่านมา ดังนั้นผู้เขียนจึงได้แบ่งวิวัฒนาการของการจัดการความรู้ในพิพิธภัณฑ์ออกเป็นยุคต่าง ๆ ได้ 4 ยุค คือ (1) การจัดการความรู้ในยุคเรอเนซองส์ (The Renaissance episteme) ความรู้ผ่านความคล้อยคลึงและสัญลักษณ์ (2) การจัดการความรู้ในยุคคลาสสิก (The Classical episteme) ความรู้ผ่านการจัดหมวดหมู่และตารางจำแนกความต่าง (3) การจัดการความรู้ในยุคสมัยใหม่ (The Modern episteme) ความรู้ผ่านโครงสร้างทางประวัติศาสตร์และสถาบันทางวินัย และ (4) การจัดการความรู้ในยุคร่วมสมัย การกระจายอำนาจความรู้และมุมมองที่หลากหลาย

3) การจัดการประสบการณ์ผู้เข้าชม (Visitor experience management) เป็นการกระตุ้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ ซึ่ง Falk and Dierking (2013) เสนอว่าประสบการณ์ของผู้เข้าชมไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและจบลงแค่ในห้องจัดแสดง แต่เป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและมีพลวัตสูง ซึ่งผู้จัดการหรือผู้บริหารจัดการสามารถทำความเข้าใจและออกแบบได้ผ่านกรอบแนวคิดที่เรียกว่าแบบจำลองการเรียนรู้ตามบริบท นอกจากนี้ตามแนวคิดของ Simon (2010 : 183-184) ได้จำแนกโมเดลการมีส่วนร่วมของพิพิธภัณฑ์ออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ (1) ผู้เข้าชมได้รับเชิญให้ส่งมอบสิ่งของ การกระทำ หรือความคิดที่เฉพาะเจาะจง ภายใต้กระบวนการที่พิพิธภัณฑ์เป็นผู้ควบคุม (2) ผู้เข้าชมได้รับเชิญให้เป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงรุกจากการสร้างสรรค์ของพิพิธภัณฑ์ โดยที่พิพิธภัณฑ์ยังคงเป็นผู้ริเริ่มและเป็นผู้ควบคุมผลลัพธ์ในท้ายที่สุด (3) สมาชิกชุมชนทำงานร่วมกับเจ้าหน้าที่ตั้งแต่จุดเริ่มต้น เพื่อกำหนดเป้าหมายโครงการและสร้างสรรค์นิทรรศการที่มาจาก

ความสนใจของชุมชนอย่างแท้จริง และ (4) พิพิธภัณฑียกพื้นที่และทรัพยากรบางส่วน เพื่อใช้จัดกิจกรรมหรือนำเสนอโปรแกรมที่พัฒนาและดำเนินการโดยกลุ่มคนหรือองค์กรภายนอก

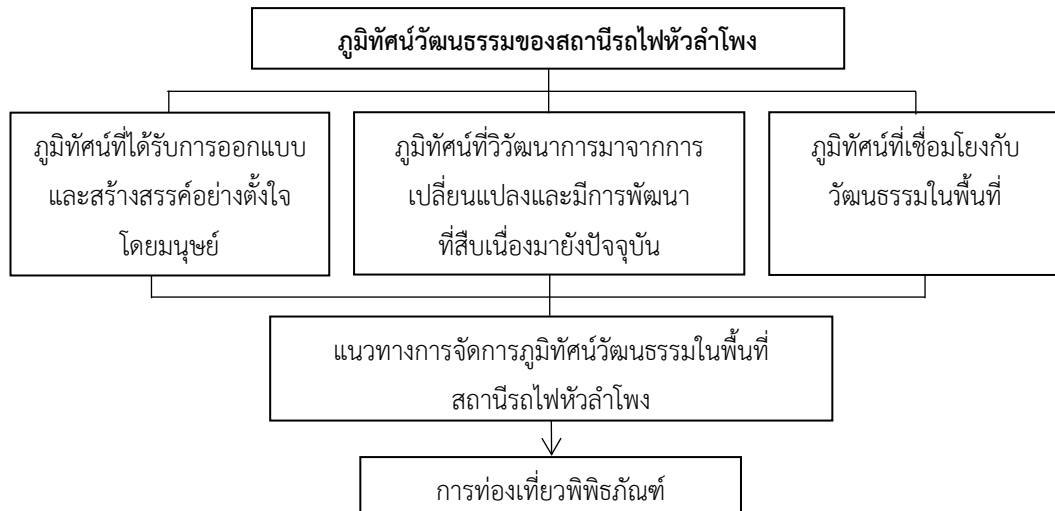
ดังนั้น วิวัฒนาการของพิพิธภัณฑียังสะท้อนถึงพลวัตการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกอย่างเด่นชัด โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเป็นพื้นที่สะสมวัตถุหายากล้ำค่าของชนชั้นสูงในยุคอาณานิคม ซึ่งในขณะนั้นพิพิธภัณฑียทำหน้าที่เป็นเพียงสัญลักษณ์ที่ใช้ประกาศแสนยานุภาพและบารมีของผู้ครอบครอง มากกว่าที่จะเป็นพื้นที่เพื่อการแบ่งปันความรู้สังคม แต่เมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคแห่งการปฏิวัติอุตสาหกรรมและการเปลี่ยนแปลงระบอบการเมือง บทบาทของพิพิธภัณฑียได้ถูกขับเคลื่อนด้วยพลังของการศึกษาและการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประชาธิปไตยมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากการเก็บรักษาเพื่อจัดแสดงไปสู่การบริหารจัดการเพื่อการเรียนรู้ มีการนำระบบวิทยาศาสตร์มาใช้ในการจัดหมวดหมู่วัตถุและเน้นการวิจัยค้นคว้าเชิงลึกเพื่อให้วัตถุเหล่านั้นสามารถพูดและบอกเล่าเรื่องราวต่อสาธารณะได้ ดังนั้นบริบทปัจจุบันหน้าที่หลักของพิพิธภัณฑียจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่การอนุรักษ์สิ่งของในอดีต แต่คือการเป็นสถาบันทางสังคมที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงประวัติศาสตร์เข้ากับปัจจุบันผ่านการจัดการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ แนวคิดเรื่องการให้การศึกษาแก่สาธารณชนได้กลายเป็นหัวใจสำคัญที่พิพิธภัณฑียต้องบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อเปลี่ยนสถานะจากพื้นที่เก็บวัตถุให้กลายเป็นพื้นที่มีชีวิต ซึ่งสามารถกระตุ้นแรงบันดาลใจและสร้างประสบการณ์อันทรงคุณค่าให้แก่ผู้มาเยือนได้อย่างยั่งยืน

3. แนวคิดพิพิธภัณฑียุคใหม่กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพิพิธภัณฑีย

พิพิธภัณฑียุคใหม่กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพิพิธภัณฑีย ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้น มีงานวิจัยของ Siu, Zhang, and Kwan (2022) ได้กล่าวถึงความผูกพันของนักท่องเที่ยวผ่านสองมิติหลัก ได้แก่ มิติทางอารมณ์และมิติทางสติปัญญา ในด้านความผูกพันทางอารมณ์นั้น สะท้อนถึงความรู้สึกต่าง ๆ เช่น ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น และความประทับใจ ซึ่งช่วยเสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับประสบการณ์ที่ได้รับ ขณะที่ความผูกพันทางสติปัญญาเกี่ยวข้องกับกระบวนการคิด วิเคราะห์ และการนำข้อมูลใหม่มาประกอบกับความรู้เดิม อันนำไปสู่การเพิ่มพูนความเข้าใจเชิงลึกต่อประสบการณ์ ทั้งสองมิติถือว่ามีความสำคัญในการยกระดับทั้งคุณภาพของประสบการณ์และระดับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวให้เต็มเปี่ยมไปด้วยความหมาย นอกจากนี้ชลธิชา รุงศรี (2568) ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่แสวงหาความแปลกใหม่ มีแรงจูงใจในการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑียเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่ท้าทายและการมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในตนเอง และพัฒนาทักษะทางสังคม โดยพวกเขามักคาดหวังว่ากิจกรรมในพิพิธภัณฑียจะมีความสนุกสนานและเปิดโอกาสให้เกิดการปฏิสัมพันธ์มากขึ้น แม้ว่าพิพิธภัณฑียจะถูกมองว่าเป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้ที่เงียบสงบก็ตาม

จากผลของงานวิจัยข้างต้นนี้แสดงให้เห็นว่าการจัดการพิพิธภัณฑียุคใหม่นั้นสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวพิพิธภัณฑียในปัจจุบันเพราะการจัดการพิพิธภัณฑียุคใหม่คือการบูรณาการเทคโนโลยีและทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน พร้อมพัฒนาศักยภาพบุคลากร รวมถึงออกแบบกิจกรรมและนิทรรศการให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมปัจจุบัน เช่น การจัดนิทรรศการเคลื่อนที่เพื่อขยายโอกาสการเข้าถึงของประชาชนให้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้นดังที่กฤษฎา ตัสมา (2560) กล่าวไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธาดาพัฒน์ ลิมาภรณ์วนิชย์ (2565) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงบทบาทของพิพิธภัณฑียในศตวรรษที่ 21 โดยชี้ให้เห็นว่าพิพิธภัณฑียไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการเป็นแหล่งถ่ายทอดความรู้แบบทางเดียวอีกต่อไป แต่ได้พัฒนาเป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมการสร้างองค์ความรู้ร่วมกันระหว่างพิพิธภัณฑียและผู้เยี่ยมชม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เจ้าหน้าที่และพนักงานสถานีรถไฟหัวลำโพง จำนวน 10 คน และกลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน ดังต่อไปนี้

1.1 กลุ่มที่ 1 เจ้าหน้าที่และพนักงานสถานีรถไฟหัวลำโพง จำนวน 10 คน ได้แก่

พนักงานบริการด้านการโดยสาร จำนวน 3 คน

เจ้าหน้าที่ประจำสถานี จำนวน 3 คน

พนักงานดูแลอาคารและวัตถุจัดแสดง จำนวน 2 คน

เจ้าหน้าที่บรรยาย/วิทยากร จำนวน 1 คน

เจ้าหน้าที่จำหน่ายของที่ระลึก จำนวน 1 คน

1.2 กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน ได้แก่

นักท่องเที่ยวไทย จำนวน 10 คน

นักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 10 คน

จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของทฤษฎี ประมวล (2559) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ภาพลักษณ์ของสถานีรถไฟหัวลำโพงที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของประชาชน” และนำมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับบริบทของพื้นที่และความเหมาะสมของการศึกษาในครั้งนี้

2. การสร้างและพัฒนาคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และแบบสำรวจรายการ (Checklist) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึก

จะเน้นสอบถามรายละเอียดเพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนครอบคลุมวัตถุประสงค์มากที่สุด โดยการสร้างแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์นี้ ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยแล้วนำมาประมวลผล เพื่อตั้งเป็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ จำนวน 2 ชุด คือ คำถามสำหรับกลุ่มเจ้าหน้าที่และพนักงานสถานีรถไฟหัวลำโพง และคำถามสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว ส่วนแบบสำรวจรายการ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน เพื่อได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเกี่ยวกับภูมิทัศน์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานที่สุดคล้อยกับสถานีรถไฟหัวลำโพงมากที่สุด

3. การเก็บและรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยสามารถกำหนดกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลให้เหมาะสมกับการวิจัยได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ คือ การสัมภาษณ์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งต้องมีการกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลที่สามารถทำให้ข้อมูลในงานวิจัยเป็นที่น่าสนใจได้แก่ เจ้าหน้าที่และพนักงานสถานีรถไฟหัวลำโพง รวมทั้งนักท่องเที่ยว

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ คือ การรวบรวมจากเอกสาร เช่น หนังสือ ตำรา บทความวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องใน 3 ประเด็น คือ แนวคิดเกี่ยวกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน และแนวคิดพิพิธภัณฑสถานแนวใหม่กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจึงเลือกการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) เป็นเครื่องมือหลัก เพื่อตีความและทำความเข้าใจความหมายที่ซ่อนอยู่ภายในข้อมูลที่ได้รับจากผู้สัมภาษณ์ เช่น ข้อความที่จดบันทึกจากการสำรวจรายการ หรือการสัมภาษณ์ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความชัดเจนของข้อมูลผู้วิจัยต้องนำข้อมูลที่ได้อาจจัดระบบ โดยการจัดกลุ่มข้อมูลด้วยการแยกประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา และทำการวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลที่สัมพันธ์และเชื่อมโยงกันระหว่างตัวข้อมูลและบริบทของพื้นที่ตามความหมายของการคิด การกระทำในเหตุการณ์ หรือปรากฏการณ์ที่ศึกษา ซึ่งนำไปสู่การตีความหมายเพื่อสร้างคำอธิบายเชิงพรรณนาให้ครอบคลุมกรอบการวิเคราะห์ที่กำหนดในวัตถุประสงค์ของการศึกษาการวิจัย (อมาวลี อัมพันศิริรัตน์. 2557)

ผลการวิจัย

1. ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพง

การสำรวจภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพง พบว่าสถานีรถไฟหัวลำโพงมีภูมิทัศน์ที่หลากหลายดังปรากฏข้อมูลของภูมิทัศน์วัฒนธรรมในตารางที่ 1 ผลการสำรวจรายการภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพง โดยผลการศึกษาสามารถจำแนกประเภทของภูมิทัศน์วัฒนธรรมตามคณะกรรมการมรดกโลก (World heritage committee) ได้ 3 ประเภท ต่อไปนี้

1.1 ภูมิทัศน์ที่ได้รับการออกแบบและสร้างสรรค์อย่างตั้งใจโดยมนุษย์

1.1.1 พระอนุสาวรีย์พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน เป็นพระบิดาแห่งกิจการวิทยุกระจายเสียงไทย พระบิดาแห่งการรถไฟไทย และพระบิดาแห่งการท่องเที่ยวไทย ทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการกรมรถไฟหลวง และทรงบุกเบิกพัฒนากิจการต่าง ๆ ของกรมรถไฟหลวง ขยายเส้นทางเดินรถไฟสายเหนือและสายใต้เข้าด้วยกัน สายตะวันออกเฉียงเหนือทรงสร้างทางรถไฟจากนครราชสีมาถึงอุบลราชธานี สายตะวันออกเฉียงเหนือถึงกรุงเทพฯ

1.1.2 พระราชสาส์นของสมเด็จพระนางเจ้าวิกตอเรียแห่งสหราชอาณาจักรอังกฤษ เพื่อทูลเกล้าฯ ถวายแด่รัชกาลที่ 4 เป็นหลักฐานความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างประเทศไทยและสหราชอาณาจักรอังกฤษ ช่วงรัชกาลที่ 4 ซึ่งเป็นบ่อเกิดความคิดในการบูรณาการสยามประเทศด้านคมนาคม

1.1.3 รถไฟจำลองย่อส่วนเครื่องราชบรรณาการจากสหราชอาณาจักรอังกฤษ เป็นการย่อส่วนจากของจริง ประกอบด้วย รถจักรไอน้ำ และรถพ่วงครบขบวนเดินบนรางด้วยแรงไอน้ำแบบเดียวกับรถไฟใหญ่ที่ใช้อยู่ในเกาะอังกฤษ ซึ่งแสดงถึงวิวัฒนาการเทคโนโลยีด้านการคมนาคมในสมัยรัชกาลที่ 4 ของประเทศทางตะวันตก รถไฟจำลองย่อส่วน นับเป็นเครื่องดลพระราชหฤทัยให้พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำริที่จะสถาปนากิจการรถไฟขึ้นในราชอาณาจักรสยาม เช่นเดียวกับสหราชอาณาจักร

1.1.4 นาฬิกาโบราณที่ติดตั้งไว้ที่กึ่งกลางยอดโดมสถานี ซึ่งมีอายุเก่าแก่เท่ากับตัวอาคารสถานี เป็นสัญลักษณ์ของสถานีรถไฟหัวลำโพงและเป็นนาฬิกาที่ถูกสั่งทำพิเศษ โดยไม่มีการระบุชื่อบริษัทผู้ผลิตเหมือนนาฬิกาอื่น ๆ นาฬิกาเรือนนี้มีเส้นผ่าศูนย์กลาง 160 เซนติเมตร ควบคุมด้วยไฟฟ้าระบบ ดี.ซี.จากห้องชุมสายโทรศัพท์กรุงเทพ ถือว่าเป็นจุดเด่นของสถานีเป็นแลนด์มาร์กสำคัญที่คนสมัยก่อนใช้เป็นจุดสังเกตนัดพบ

1.1.5 อาคารและโครงสร้างสถานีรถไฟ เป็นการก่อสร้างในลักษณะโดมสโตนีอิตาเลียนผสมกับศิลปะแบบเรอเนซองส์มีการใช้แบบการใช้โค้ง (Arch) แสดงถึงรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบตะวันตกตามอิทธิพลของสถาปัตยกรรมแบบนีโอคลาส อาคารเป็นที่โดดเด่นและจดจำได้ทันทีว่าสิ่งก่อสร้างชิ้นนี้ คือ สถานีรถไฟหัวลำโพง

1.2 ภูมิทัศน์ที่วิวัฒนาการมาจากการเปลี่ยนแปลงและมีการพัฒนาที่สืบเนื่องมาปัจจุบัน

1.2.1 สถาปัตยกรรม จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และพนักงานสถานีรถไฟหัวลำโพงคนที่ 2, 7 และ 8 พบว่า “สถานีรถไฟหัวลำโพงมีการก่อสร้างเป็นสถาปัตยกรรมรูปโดมสโตนีอิตาเลียนผสมผสานกับศิลปะยุคเรอเนซองส์ลักษณะอาคารภายในโถงชานชาลาที่มีลักษณะประยุกต์ระหว่างสถาปัตยกรรมไทยและศิลปะยุคเรอเนซองส์ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับสถานีรถไฟที่เมืองแฟรงก์เฟิร์ต (Frankfurt) ในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี” โดยได้รับการออกแบบโดย มิสเตอร์ มาริโอ ตามานโญ สถาปนิกชาวอิตาลีเลียน ส่วนตัวโครงสร้างสถานีรถไฟหัวลำโพงนั้น เป็นโครงสร้างช่วงกว้างและใช้วัสดุเหล็ก นอกจากนี้สถาปัตยกรรมที่เป็นจุดเด่นของสถานีหัวลำโพง คือ กระจกสีที่ช่องระบายอากาศทั้งด้านหน้าและด้านหลัง ซึ่งติดตั้งไว้อย่างผสมผสานกลมกลืนกับตัวอาคาร วัสดุในการก่อสร้างก็เป็นวัสดุสำเร็จรูปที่มาจากสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี



ภาพที่ 2 หน้ามุขอาคารประดับด้วยเสากระเบื้อง และกระจกสีที่ช่องระบายอากาศ
ที่มา: รัฐวิทย์ เตชะจงจินตนา, 2556.

1.2.2 งานศิลปะ หัวลำโพงกับงานศิลปะ หัวลำโพงเคยถูกนักเขียนและนักคิด นำเรื่องราวของสถานที่นี้ ถ่ายทอดผ่านตัวละครในหนังไทย ละครโทรทัศน์ นิยาย บทเพลง หรือแม้กระทั่งถูกนำมาตั้งเป็นชื่อ

วงดนตรี เป็นชื่อของค่ายเพลง รวมทั้งลวดลายบันได เสาอาคาร และเพดานของตึกแดงที่มีลวดลายหินอ่อนต่าง ๆ ที่ประดับไว้ตามบันไดและเสาอาคารในส่วนของการทำกรงโดยสาร และบนเพดานยังเป็นไม้สักสลักลายนูนอันเป็นศิลปะแบบนีโอคลาสสิก

1.3 ภูมิทัศน์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมในพื้นที่

1.3.1 วิถีชีวิตชาวต่างชาติในบางกอก ชาวตะวันตกที่เข้ามาติดต่อค้าขายในไทยหรือรับราชการในแผ่นดินสยามในช่วงรัชกาลที่ 5 ถึงช่วงก่อนเปลี่ยนแปลงการปกครอง

1.3.2 วัฒนธรรมท้องถิ่น การปรับตัวของผู้คนและวัฒนธรรมให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของพื้นที่ โดยชาวชุมชนใกล้เคียงการประกอบอาชีพขายอาหารและสินค้าให้กับผู้มาใช้บริการ ซึ่งผู้ที่อาศัยอยู่ในอาคารพาณิชย์ใกล้เคียงทำธุรกิจอาหารและโรงแรม ทำให้เกิดอาชีพรับจ้างเพื่อบริการผู้โดยสาร ชาวชุมชนออกมาหารายได้โดยให้บริการช่วยขนของให้แก่ผู้โดยสาร ทั้งนี้ทั้งนั้นการตั้งของสถานีรถไฟก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียงให้แก่ผู้อยู่อาศัยใกล้เคียง อีกทั้งก่อให้เกิดการจราจรที่คับคั่งทำให้ผู้ที่อยู่อาศัยใกล้เคียงได้รับผลกระทบ นอกจากนี้สภาพแวดล้อมของสถานีรถไฟหัวลำโพงยังประกอบไปด้วย หลุมหลบภัยหน้าสถานีสมัยสงครามมหาเอเชียบูรพา อนุสรณ์ “ปฐมฤกษ์รถไฟหลวง” ในปัจจุบันจุดบริเวณรางรถไฟที่เส้นเกล้ารัชกาลที่ 5 ได้วางศิลาฤกษ์ในปี พ.ศ. 2434 และสถาปัตยกรรมเรือนชื่องส์ด้านข้างส่วนหน้าของสถานีที่ขาดการดูแล

1.3.3 การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เนื่องจากมีโครงการรถไฟความเร็วสูงที่นำมาใช้ในเส้นทางข้ามจังหวัด ดังนั้นสถานีรถไฟหัวลำโพงมีพื้นที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับการให้บริการรถไฟความเร็วสูง จึงมีโครงการปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยของสถานี โดยจะปรับเปลี่ยนให้เป็นพิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาติ แต่ทางสถานียังคงให้คุณค่าการใช้สอยประโยชน์ด้วยวิธีดั้งเดิม โดยเจ้าหน้าที่และพนักงานสถานีรถไฟหัวลำโพงคนที่ 4 กล่าวว่า “การให้บริการโดยสารด้วยหัวรถจักรไอน้ำขบวนประวัติศาสตร์สำหรับเส้นทางท่องเที่ยวเท่านั้น และมีการศึกษาจะปรับพื้นที่สถานีและโดยรอบเป็นเชิงพาณิชย์และพัฒนาเป็นศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน ที่พักอาศัย โรงแรม สวนสาธารณะ และศูนย์ประชุมเพื่อใช้พื้นที่ให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุดและสอดคล้องกับความต้องการของสังคมปัจจุบัน” นอกจากนี้สถานีรถไฟหัวลำโพงยังเป็นสถานที่ทำกิจกรรมถ่ายรูปแบบต่าง ๆ เช่น รูปแต่งงาน และรับปริญญา โดยต้องมีการทำเรื่องขออนุญาตกับหน่วยงานการรถไฟแห่งประเทศไทยล่วงหน้าก่อน

1.3.4 การแต่งกาย และการทักทาย การนำประเทศไทยเข้าสู่ความมีวัฒนธรรมตามแบบฉบับสากลของรัฐบาลสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม จึงเกิดค่านิยมใหม่ในการแต่งกาย ซึ่งจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และพนักงานสถานีรถไฟหัวลำโพงคนที่ 1 และ 5 กล่าวว่า “ค่านิยมสมัยจอมพล ป. เน้นการแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยเมื่อปรากฏตัวในที่ชุมนุมชน หรือสาธารณชน และมีกำหนดการแต่งกายและทรงผมแบบใหม่ โดยการขอให้สตรีทุกคนไว้ผมยาว เลิกใช้ผ้าโจงกระเบนเปลี่ยนเป็นนุ่งผ้าถุงแทน และเลิกการใช้ผ้าผืนเดียวคาดอกหรือเปลือยกายท่อนบนให้ใส่เสื้อแทน ส่วนผู้ชายสวมสูท” นอกจากนี้ทั้งชายและหญิงต้องสวมหมวกทุกครั้งอีกด้วย ตลอดจนมีการตัดทอนพยัญชนะหลายตัวที่มีรากฐานมาจากภาษาบาลีสันสกฤต การเปลี่ยนสรรพนาม ฉัน ท่าน และเรา เป็นต้น

ตารางที่ 1 ผลการสำรวจรายการภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพง

รายการสำรวจ	ปรากฏ	ไม่ปรากฏ
1. ภูมิทัศน์ที่ได้รับการออกแบบและสร้างสรรค์อย่างตั้งใจโดยมนุษย์		
พระอนุสาวรีย์พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน	✓	
พระราชสาส์น	✓	
รถไฟจำลอง	✓	
นาฬิกาโบราณ	✓	
อาคารและโครงสร้างสถานีรถไฟ	✓	
2. ภูมิทัศน์ที่วิวัฒนาการมาจากการเปลี่ยนแปลงและมีการพัฒนาที่สืบเนื่องมาจวบจนปัจจุบัน		
สถาปัตยกรรม	✓	
งานศิลปะ	✓	
3. ภูมิทัศน์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมในพื้นที่		
วิถีชีวิตชาวต่างชาติ	✓	
วัฒนธรรมท้องถิ่น	✓	
การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม	✓	
การแต่งกาย	✓	
การพักอาศัย	✓	

2. แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมในพื้นที่สถานีรถไฟหัวลำโพงเพื่อการท่องเที่ยวพหิพภังค์

จากผลการสำรวจภูมิทัศน์วัฒนธรรมดังกล่าวในข้อที่ 1 ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพง จะเห็นได้ว่าเป็นไปตามคำนิยามของ ศุภราภรณ์ แต่งตั้งลำ (2562) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการจัดการการท่องเที่ยวพหิพภังค์ที่มีการรวบรวมวัตถุหายากมาจัดแสดง แต่เมื่อบริบทโลกเปลี่ยนผ่านสู่ยุคอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ พหิพภังค์จึงต้องยกระดับบทบาทจากระบบการจัดเก็บเชิงอนุรักษ์ไปสู่การเป็นพื้นที่จัดการเรียนรู้เชิงรุก ในมิติของการจัดการสมัยใหม่ และพหิพภังค์ไม่ได้เป็นเพียงที่พำนักของวัตถุโบราณ แต่คือการบริหารจัดการประสบการณ์ผู้ใช้เพื่อการกระตุ้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการสำรวจมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมในพื้นที่สถานีรถไฟหัวลำโพง พบว่าการพัฒนาให้สถานีรถไฟหัวลำโงะนั้นให้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวพหิพภังค์นั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้านหลักดังต่อไปนี้

2.1 ด้านการบริหารจัดการพหิพภังค์สมัยใหม่

เน้นการเปลี่ยนผ่านจากการเป็นเพียงสถานที่เก็บวัตถุโบราณ ไปสู่การเป็นพื้นที่การเรียนรู้เชิงรุก ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ คือ การจัดการความรู้ การจัดการประสบการณ์ผู้ใช้ และการจัดการวัตถุสะสม

2.1.1 การจัดการความรู้ โดยการนำประวัติศาสตร์มาปรับให้เข้าถึงง่ายและเข้าใจได้ชัดเจน โดยการจัดแบ่งโซนการจัดแสดงตามลำดับยุคสมัยตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 ถึงรัชกาลที่ 9 เพื่อแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของกิจการรถไฟไทย

2.1.2 การจัดการประสบการณ์ผู้ใช้ เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าชมกับสถานที่ โดยใช้ นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การใช้ภาพ แสง สี เสียง และกลิ่น เข้ามาช่วยในการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ เพื่อให้ผู้เข้าชมได้รับประสบการณ์เสมือนจริง

2.1.3 การจัดการวัตถุสะสม เป็นการจัดเก็บ อนุรักษ์ และจัดแสดงวัตถุโบราณที่สำคัญอย่างเป็น ระบบ

2.2 ด้านการจัดสรรพื้นที่จัดแสดง

การจัดการการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ภายในสถานีรถไฟหัวลำโพงให้เป็นไปอย่างมีระบบ โดยการ กำหนดพื้นที่ เพื่อความเป็นระเบียบและให้เป็นไปตามกฎการอนุรักษ์โบราณสถาน ดังภาพจำลองภูมิทัศน์วัฒนธรรม 3 มิติ ของพิพิธภัณฑ์สถานีรถไฟหัวลำโพง ในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ภาพจำลองภูมิทัศน์วัฒนธรรม 3 มิติ ของพิพิธภัณฑ์สถานีรถไฟหัวลำโพง
ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

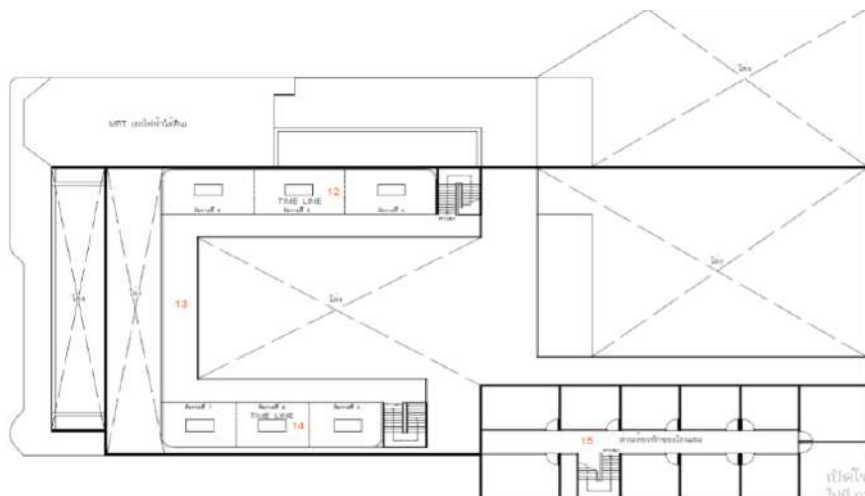
พิพิธภัณฑ์สถานีรถไฟหัวลำโพงจะมีการจัดนิทรรศการเป็นประเภทการจัดแสดงถาวร โดยการจัดแสดง ชั้นแรก จะมีห้องจัดแสดงวัตถุที่มีคุณค่าและสำคัญหรือมีความเกี่ยวข้องกับกิจการรถไฟไทย ซึ่งการจัดแสดงนั้น จะเป็นลักษณะการเล่าเรื่องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ เหตุการณ์สำคัญ แนวคิดค่านิยมชาวไทยโดยใช้รถไฟ และสถาปัตยกรรมสถานีรถไฟหัวลำโพงเป็นแก่นสำคัญเพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดเรื่องราว ผ่านกาลเวลา โดยเล่าเรื่องตามลำดับการขึ้นครองราชย์ของบูรพมหากษัตริย์ไทยตั้งแต่รัชกาลที่ 4- 9 ซึ่งทุกพระองค์ล้วนมีความเกี่ยวข้องกับกิจการรถไฟไทยและสถานีรถไฟของไทยโดยมีรถไฟรางเล็กแบบโบราณและบันไดโบราณหรือลิฟต์ ตกแต่งให้เป็นเหมือนรถไฟโบราณเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงโลกแห่งความเป็นจริงและโลกจินตนาการเข้าด้วยกัน โดยสื่อกลางที่เป็นตัวรถไฟเล็กนั้นใช้สำหรับเข้าชมพิพิธภัณฑ์ชั้นแรก โดยผู้เข้าชมจะนั่งรถไฟเล็กย้อนรำลึกถึง เหตุการณ์ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4 ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดการก่อตั้งกิจการรถไฟในสยามซึ่งมีการฉายภาพสไลด์ เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละสมัรัชกาลที่ 4-9 มีการใช้ภาพ แสง สี เสียง และกลิ่น รวมถึงสัมผัสเข้ามาช่วย ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์และนำผู้ชมไปชมหัวรถจักรไอน้ำโบราณและรถไฟพระที่นั่งที่จัดแสดง ไว้กลางสถานีรถไฟซึ่งแต่เดิมนั้นคือบริเวณโรงรถที่พนักผู้โดยสาร ดังแผนภาพจำลองการจัดแสดงชั้นที่ 1 ภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ภาพจำลองการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์สถานี่รถไฟหัวลำโพงชั้นที่ 1

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

สำหรับการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ชั้นที่ 2 จะมีการใช้บันไดโบราณเพื่อขึ้นไปยังชั้นสองเพื่อให้ผู้ชมสามารถชมวัตถุขนาดเล็ก เช่น พระราชสาส์นของสมเด็จพระนางวิคตอเรีย รถไฟจำลองย่อส่วนจากของจริง และงานศิลปะ วัตถุโบราณ และแบบจำลองเกี่ยวกับรถไฟตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 4-9 ดังแผนภาพจำลองการจัดแสดงชั้นที่ 2 ภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ภาพจำลองการจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์สถานี่รถไฟหัวลำโพงชั้นที่ 2

ที่มา: ผู้นิพนธ์, 2568.

2.3 ด้านการอนุรักษ์และการปรับประโยชน์ใช้สอย

การรักษาสภาพเดิมควบคู่กับการพัฒนาต้องเน้นการดูแลรักษาภูมิทัศน์ทางสถาปัตยกรรม และโครงสร้างเดิมให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด พร้อมกับการปรับเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่ให้ตอบโจทย์สังคมปัจจุบัน เช่น การพัฒนาพื้นที่โดยรอบให้เป็นเชิงพาณิชย์สร้างสรรค์ อาคารสำนักงาน ศูนย์การค้า โรงแรม สวนสาธารณะ หรือศูนย์ประชุม ตามข้อกำหนดของกรมศิลปากรในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ควบคุม ดูแล

รักษาโบราณสถานอันเป็นสมบัติและหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของชาติในการอนุรักษ์โบราณสถานเป็นไปด้วยความถูกต้องทั้งทางด้าน ศิลปะ ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี

อย่างไรก็ตาม จากแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมในพื้นที่สถานีรถไฟหัวลำโพงนั้น ทั้ง 3 ด้านในข้างต้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการพิพิธภัณฑ์นี้ อาทิ กรมศิลปากรที่ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการควบคุมดูแลและพิจารณาการอนุรักษ์โบราณสถาน มหาวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบุคลากรภายในสถานีรถไฟหัวลำโพงเอง เพื่อให้สามารถดำเนินการการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ให้บรรลุเป้าหมายและเป็นไปตามแนวทางการจัดการที่ได้กำหนดเอาไว้ โดยการดูแลรักษาให้คงสภาพเดิมได้มากที่สุด ปรับประโยชน์ใช้สอยใหม่ และพัฒนาการสร้างสรรค์ใหม่ทั้งในเรื่องของการให้บริการด้านการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย การศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างคุณค่าและความสำคัญของสถานีรถไฟหัวลำโพง

อภิปรายผลการวิจัย

1. ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพง

ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพง จากการสำรวจแล้วพบว่าสถานีรถไฟหัวลำโพงมีภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่หลากหลาย สามารถจำแนกตามกรอบแนวคิดของคณะกรรมการมรดกโลก (World heritage committee) องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization : UNESCO) (UNESCO World Heritage Centre. Online. 2008 : 86; อับดุลเลาะ เจ๊ะหลง. 2566) ได้เป็น 3 ประเภทหลัก ดังนี้

1.1 ภูมิทัศน์ที่ได้รับการออกแบบและสร้างสรรค์อย่างตั้งใจโดยมนุษย์ ได้แก่ พระอนุสาวรีย์พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน พระราชสาส์นของสมเด็จพระนางเจ้าวิคตอเรียแห่งสหราชอาณาจักร อังกฤษ รถไฟจำลองย่อส่วนเครื่องราชบรรณาการจากสหราชอาณาจักรอังกฤษ รถไฟจำลองย่อส่วนจากของจริงที่เป็นรถจักรไอน้ำและรถพ่วงครบขบวน นาฬิกาที่ติดตั้งไว้ที่กึ่งกลางยอดโดมสถานี อาคารและโครงสร้างสถานีรถไฟ

1.2 ภูมิทัศน์ที่วิวัฒนาการมาจากการเปลี่ยนแปลงและมีการพัฒนาที่สืบเนื่องมาจวบจนปัจจุบัน ได้แก่ สถาปัตยกรรม หัวลำโพงกับงานศิลปะ ลวดลายบันได เสาอาคาร และเพดานของตึกแดง

1.3 ภูมิทัศน์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมในพื้นที่ ได้แก่ วิถีชีวิตชาวต่างชาติในบางกอก การปรับตัวของผู้คนและวัฒนธรรมให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของพื้นที่ การตอบสนองต่อพลวัตทางสังคมและวัฒนธรรม การตกทาย การแต่งกาย และค่านิยมการใช้ชีวิต

จากภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพงเมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ของ Desvallées and Mairesse (2010) และกรมศิลปากร (2536) จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบทางกายภาพและวิถีชีวิตเหล่านี้เปรียบเสมือนวัตถุสะสมและองค์ความรู้อันทรงคุณค่าที่กำลังรอการยกระดับจากการเป็นเพียงศูนย์กลางขนส่งหรือพื้นที่เก็บรักษาสิ่งของในอดีตไปสู่การเป็นพื้นที่การเรียนรู้เชิงรุกที่มีชีวิต

2. แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมในพื้นที่สถานีรถไฟหัวลำโพงเพื่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์

การยกระดับหัวลำโพงสู่การเป็นพิพิธภัณฑ์ แนวทางการจัดการต้องปรับเปลี่ยนจากการเป็นเพียงที่จัดเก็บของวัตถุโบราณไปสู่การเป็นพื้นที่เรียนรู้เชิงรุก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านในประเด็นสำคัญ ดังนี้

2.1 การจัดการประสบการณ์ผู้ใช้ที่ตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Siu, Zhang, and Kwan (2022) ที่ระบุว่าความผูกพันของนักท่องเที่ยวเกิดจาก 2 มิติ คือ มิติทางอารมณ์และสติปัญญา

รวมถึงตอบโจทย์กลุ่มนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความแปลกใหม่ ทำทาย และมีปฏิสัมพันธ์ ของชลธิชา รุ่งศรี (2568) ด้วย การจัดการพื้นที่ชั้น 1 โดยใช้รถไฟรางเล็กโบราณเป็นสื่อกลางพาย้อนอดีต ผสานกับการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ภาพ แสง สี เสียง และกลิ่น จะช่วยสร้างประสบการณ์เสมือนจริง ซึ่งไม่เพียงกระตุ้นความตื่นต้นหรือสนุกสนานทางอารมณ์แต่ยังดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดกระบวนการคิดวิเคราะห์ทางปัญญาและซึมซับประวัติศาสตร์ได้อย่างลึกซึ้ง

2.2 การจัดการความรู้เชิงรุก พิพิธภัณฑสถานใหม่ต้องประยุกต์ใช้ประวัติศาสตร์ให้เป็นเนื้อหาที่เข้าถึงง่าย ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ Simon (2010) คือ ผู้เข้าชมได้รับเชิญให้เป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงรุกจากการสร้างสรรค์ของพิพิธภัณฑสถาน ดังเช่นการออกแบบพื้นที่จัดแสดงโดยแบ่งโซนตามลำดับยุคสมัยตั้งแต่รัชกาลที่ 4 ถึง 9 และการใช้บันไดประวัติศาสตร์เชื่อมโยงพื้นที่ชั้น 2 เพื่อจัดแสดงวัตถุโบราณขนาดเล็ก เป็นกระบวนการเปลี่ยนข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ให้เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างอดีตกับปัจจุบัน ทำให้หัวลำโพงทำหน้าที่เป็นสถาบันทางสังคมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ได้อย่างสมบูรณ์แบบ

2.3 การอนุรักษ์และการปรับประโยชน์ใช้สอยใหม่ ตามเกณฑ์ขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) (UNESCO World Heritage Centre. Online. 2008) คือ การจัดการต้องครอบคลุมทั้งการดูแลรักษาให้คงสภาพเดิมและการปรับประโยชน์ใช้สอยใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมปัจจุบัน เช่น การพัฒนาพื้นที่โดยรอบให้เป็นเชิงพาณิชย์สร้างสรรค์ สวนสาธารณะ หรือศูนย์ประชุม โดยที่ยังคงรักษาคคุณค่าทางศิลปะและโบราณคดีไว้ภายใต้การกำกับดูแลของกรมศิลปากร

ดังนั้นการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานโดยการนำแนวคิดพิพิธภัณฑสถานวิทยาใหม่เข้ามาบูรณาการกับการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมของหัวลำโพงจะช่วยให้การท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานในพื้นที่แห่งนี้ ไม่ใช่แค่การเดินชมตึกเก่าแต่เป็นการบริหารจัดการวัตถุสะสม องค์ความรู้ และประสบการณ์อย่างเป็นระบบ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นปฏิสัมพันธ์ สร้างแรงบันดาลใจ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 การศึกษาในครั้งนี้พบว่าภูมิทัศน์วัฒนธรรมของสถานีรถไฟหัวลำโพงนั้นมีความหลากหลาย แต่ในทางกลับกันการฟื้นฟูดูแลและการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมยังขาดความต่อเนื่องและยังขาดความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วน

1.2 การพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวควรมีการจัดโซนพื้นที่ให้ชัดเจนและมีการกำหนดมาตรการการดูแลความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด เนื่องจากสถานีรถไฟหัวลำโพงเป็นพื้นที่ที่มีผู้คนทั่วไปสัญจรจำนวนมาก ตลอดจนเป็นเส้นทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และยังเป็นแหล่งเชื่อมโยงการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งภายในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง

1.3 การจัดการการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานควรมีการนำเอานวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาร่วมใช้ในการจัดการและการจัดแสดงผลงานภายในพิพิธภัณฑสถาน เพื่อเพิ่มความสุขในการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

- 2.1 ควรวิจัยการจัดการพิพิธภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชนโดยรอบสถานีรถไฟหัวลำโพง
- 2.2 ควรวิจัยการจัดการพิพิธภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรมการท่องเที่ยวยุคดิจิทัล
- 2.3 ควรวิจัยการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย

รายการอ้างอิง

- กรมศิลปากร. (2536). **พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัวกับการพิพิธภัณฑ์ไทย**. กรุงเทพมหานคร : รุ่งศิลป์การพิมพ์.
- กฤษฎา ตัสม่า. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2560). “การจัดการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในยุคโลกาภิวัตน์.” **วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์**. 12(24) : 70-84.
- ชลธิชา รุ่งศรี. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568). “องค์ประกอบการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen Z ในประเทศไทย.” **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**. 21(2) : 40-60.
- ทรงยศ ประทุม. (2559). **ภาพลักษณ์ของสถานีรถไฟหัวลำโพงที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของประชาชน**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2562). **สถานีรถไฟหัวลำโพง ครบรอบ 103 ปี กำลังกลายเป็นตำนาน ย้ายไปบางซื่อ**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.thairath.co.th/news/local/bangkok/1599900> [18 สิงหาคม 2568].
- ธาดาพัฒน์ ลิมาภรณ์วิชย์. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2565). “เทคโนโลยีที่สนับสนุนการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์.” **วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม**. 21(2) : C1-C15.
- ศุภราภรณ์ แต่งตั้งลำ. (ธันวาคม 2562). “กระบวนการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาคุณภาพการบริการของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในประเทศไทย” **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**. 6(10) : 5393-5406.
- อมารสี อัมพันศิริรัตน์. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2557). “มโนทัศน์ของการวิจัยเชิงคุณภาพ.” **วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้**. 1(2) : 68-74.
- อับดุลเลาะ เจ๊ะหลง. (พฤศจิกายน-ธันวาคม 2566). “ภูมิวัฒนธรรม: นิยาม แหล่งวิทยาการ กระบวนทัศน์ และกระบวนการศึกษาเพื่อการพัฒนาทางวัฒนธรรม.” **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. 42(6) : 990-1006.
- Desvallées, A., & Mairesse, F. (2010). **Key concepts of museology**. Paris : Armand Colin.
- Expedia Team. (2559). **5 สุดยอดพิพิธภัณฑ์อลังการจากทั่วโลก**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://travelblog.expedia.co.th/historical-and-cultural/bd07_november2017/ [15 สิงหาคม 2568].
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2013). **The museum experience revisited**. New York : Routledge.

- Feilden, B., & Jokilehto, J. (1998). **Management Guidelines for World Cultural Heritage Sites**. Rome : Ograro.
- Hooper-Greenhill, E. (1992). **Museums and the Shaping of Knowledge**. London : Routledge.
- Lord, B., & Lord, G. D. (2001). **The Manual of Museum Management**. London : Stationery Office.
- Simon, N. (2010). **The Participatory Museum**. California : Museum 2.0.
- Siu, N. Y. M., Zhang, T. J., & Kwan, H. Y. (21 January 2022). “Reference effects and customer engagement in a museum visit.” **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. 34(2) : 482- 508.
- UNESCO World Heritage Centre. (2008). **Operational guidelines for the implementation of the world heritage convention**. [Online]. Available : <https://whc.unesco.org/archive/opguide08-en.pdf>. [September 1, 2025].

การพัฒนาความไว้วางใจจากกวานซีสู่ซินเยรินในความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

ระหว่างผู้ประกอบการไทยและคู่ค้าชาวจีน

The Development of Trust from guānxi to xìnren in Business

Relationships between Thai Entrepreneurs and Chinese Partners

อนุพงศ์ ทึ่งในธรรม^{1*} และ นงนุช ทึ่งในธรรมะ²Anupong Thuengnaitham^{1*} and Nongnuch Thuengnaithamma²

Received 10 March 2026
Revised 24 May 2026
Accepted 22 June 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์กระบวนการเปลี่ยนผ่านและจุดเปลี่ยนทางพฤติกรรมที่ทำให้ความสัมพันธ์พัฒนาจากกวานซีในฐานะทุนทางโครงสร้างไปสู่ซินเยรินในฐานะทุนทางความสัมพันธ์ในบริบทธุรกิจไทย-จีน 2) ตรวจสอบบทบาทของเหรินฉิง และซินยังในฐานะปัจจัยขับเคลื่อนและตัวกลางที่เชื่อมกวานซีเชิงธุรกรรมกับซินเยรินเชิงอารมณ์ 3) วิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนและผลลัพธ์ของซินเยรินในฐานะกลไกกำกับดูแลนอกเหนือจากสัญญาทางกฎหมาย ที่นำไปสู่การลดต้นทุนธุรกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ประกอบการไทย 10 ท่าน ที่มีประสบการณ์ทำธุรกิจร่วมกับคู่ค้าชาวจีนไม่ต่ำกว่า 5 ปี ผลการวิจัยพบ 6 แก่นสาระที่เชื่อมโยงกัน ได้แก่ 1) การเปลี่ยนผ่านจากความสัมพันธ์เชิงธุรกรรมสู่ความผูกพันเชิงอารมณ์ 2) วิฤตการณ์ในฐานะบทพิสูจน์ซินยังและตัวเร่งการก่อตัวของซินเยริน 3) สถานะพวกเดียวกัน และการลดต้นทุนธุรกรรม 4) เมียนจื่อในฐานะกลไกการกำกับดูแลทางอารมณ์และการรักษาความไว้วางใจระยะยาว 5) การสื่อสารบริบทสูงในฐานะตัวบ่งชี้ซินเยริน 6) ซินเยรินในฐานะกลไกบรรเทาความขัดแย้งและรักษาความสัมพันธ์ งานวิจัยนี้ขยายขอบเขตทฤษฎีทุนทางสังคม โดยแยกแยะระหว่างทุนทางโครงสร้าง (กวานซี) และทุนทางความสัมพันธ์ (ซินเยริน) และเสนอว่าความไว้วางใจเชิงลึกเกิดจากการผ่านเหตุการณ์วิกฤต ไม่ใช่การสะสมตามระยะเวลาเพียงอย่างเดียว

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการไทย, ความไว้วางใจ, ทุนทางสังคม, วัฒนธรรมธุรกิจจีน

¹ปร.ด. การจัดการทางวิศวกรรม, มหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีหัวจง, 2559. ผู้ช่วยศาสตราจารย์คณะการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง, สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

¹Ph.D. Management Science and Engineering, Huazhong University of Science and Technology, 2016. Asst.Prof. of Faculty of Logistics and Transportation Management, Panyapiwat Institute of Management.

*Corresponding author, e-mail : anupongthu@pim.ac.th

²ปร.ด. ภาษาศาสตร์และภาษาศาสตร์ประยุกต์, มหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีหัวจง, 2567. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

²Ph.D. Linguistics and Applied Linguistics, Huazhong University of Science and Technology, 2024. Asst.Prof. of Faculty of Humanities and Social Sciences, Bansomdejchaopraya Rajabhat University.

Abstract

This research aims to : 1) analyze the transitional process and behavioral tipping points that shift business relationships from transactional *guānxi* to emotional *xinrèn* within Thai-Chinese business context; 2) examine the roles of *rénqíng* and *xinyòng* as driving factors and mediating mechanisms linking transactional *guānxi* to emotional *xinrèn*; and 3) investigate the antecedents and outcomes of *xinrèn* as a governance mechanism that extends beyond legal contracts, contributing to reduced transaction costs and sustainable competitive advantage. Employing qualitative research methodology, data were collected through semi-structured in-depth interviews with ten Thai entrepreneurs who had a minimum of five years of business experience with Chinese partners. The findings identified six interconnected themes: 1) the transition from transactional relationships to emotional bonds; 2) crisis as evidence of *xinyòng* and catalyst for development of *xinrèn*; 3) *zìjīrèn* status and the reduction of transaction costs; 4) *miànzi* as an emotional governance mechanism preserving long-term trust; 5) high-context communication as an indicator of *xinrèn*; and 6) *xinrèn* as a conflict mitigation and relationship preservation mechanism. This research extends Social Capital Theory by empirically distinguishing between structural capital (*guānxi*) and relational capital (*xinrèn*), and proposes that deep trust emerges through critical events rather than through accumulation over time alone.

Keywords: Thai Entrepreneurs, Trust, Social Capital, Chinese Business Culture

บทนำ

การเปลี่ยนผ่านของสาธารณรัฐประชาชนจีน จากฐานการผลิตต้นทุนต่ำสู่ศูนย์กลางนวัตกรรมและระบบนิเวศดิจิทัลชั้นนำของโลกภายหลังวิกฤตการณ์โควิด-19 ได้สร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่ซับซ้อนและเฉพาะตัวสูง การเข้าสู่ตลาดจีนสำหรับผู้ประกอบการต่างชาติจึงไม่อาจอาศัยเพียงกรอบการจัดการเชิงกลยุทธ์ตามแนวคิดตะวันตก แต่ต้องเข้าใจระบบกวนซี (关系, *guānxi*) ซึ่งมีรากฐานจากปรัชญาขงจื๊อ (Tsui and Farh. 1997)

Luo (2007) และ Chen et al. (2013) อธิบายว่ากวนซีทำหน้าที่เป็นทุนทางสังคม (Social capital) ที่ช่วยเปิดทางเข้าถึงทรัพยากรและทดแทนช่องว่างในระบบกฎหมายที่ยังพัฒนาไม่สมบูรณ์ (Xin and Pearce. 1996; Park and Luo. 2001) อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์ผ่านกรอบทฤษฎีทุนทางสังคมของ Putnam (2000) และ Nahapiet and Ghoshal (1998) กวนซีสอดคล้องกับทุนทางโครงสร้าง (Structural capital) ที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงเครือข่ายธุรกิจ แต่ยังไม่เพียงพอต่อการสร้างทุนทางความสัมพันธ์ (Relational capital) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการรักษาความร่วมมือระยะยาว หน้าที่ดังกล่าวต้องอาศัยซินเยร์น (信任, *xinrèn*) ที่ก้าวข้ามการคำนวณผลประโยชน์ไปสู่ความปรารถนาดีที่แท้จริงระหว่างคู่ค้า (Chua, Ingram and Morris. 2008; Kriz and Fang. 2003; Standifird and Marshall. 2000) ความแตกต่างระหว่างสองมิตินี้มีนัยสำคัญต่อการอธิบายความสำเร็จและความล้มเหลวของความสัมพันธ์ทางธุรกิจข้ามวัฒนธรรม

แม้งานวิจัยด้านการจัดการส่วนใหญ่จะวิเคราะห์กวนซีในเชิงเครื่องมือ โดยให้ความสำคัญกับผลลัพธ์เชิงธุรกรรม เช่น การเข้าถึงตลาดและการได้รับข้อมูลภายใน แต่กลับให้ความสนใจน้อยต่อมิติเชิงอารมณ์ของความไว้วางใจ ซึ่งประกอบด้วยความสามารถ (Ability) ความปรารถนาดี (Benevolence) และความซื่อสัตย์

(Integrity) (Mayer, Davis and Schoorman. 1995) กรอบดังกล่าวช่วยอธิบายว่าเหตุใดซิ่นย่ง (信用, xinyòng) ซึ่งเป็นความน่าเชื่อถือเชิงเหตุผลขั้นพื้นฐาน จึงไม่เพียงพอต่อการรักษาความร่วมมือระยะยาว และต้องพัฒนาสู่ซิ่นเยร์น ซึ่งครอบคลุมองค์ประกอบทั้งสามในระดับที่ลึกกว่า ผู้ประกอบการที่ไม่แยกแยะสองระดับนี้มักตกอยู่ในสิ่งที่เรียกว่ากับดักกวานซี กล่าวคือ ลงทุนทรัพยากรในการสร้างความสัมพันธ์เชิงพิธีการผ่านการเลี้ยงรับรองและการแลกเปลี่ยนเหรินฉิง (人情, rénréng, น้ำใจ) โดยไม่ได้พัฒนาไปสู่ซิ่นเยร์น ส่งผลให้ความสัมพันธ์ขาดความยืดหยุ่นเมื่อเผชิญแรงกดดันทางการแข่งขันหรือความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Yang. 1994; Vanhonoracker. 2004) กล่าวอีกนัยหนึ่ง กวานซีจึงเป็นได้ทั้งสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์และภาระในการจัดการ ขึ้นอยู่กับว่าผู้ประกอบการสามารถขับเคลื่อนความสัมพันธ์ให้ข้ามพ้นระดับการแลกเปลี่ยนเชิงธุรกรรมไปสู่ซิ่นเยร์นได้หรือไม่ (Abosag et al. 2021; Li and Yu. 2024; Tan, Guan and Sheng. 2024)

หลักฐานเชิงประจักษ์จากบริบทไทย-จีนชี้ว่า ความใกล้ชิดทางวัฒนธรรมภายใต้คติ “ไทย-จีนใช้อื่นไกล” ไม่ได้ทำให้ความสัมพันธ์พัฒนาไปสู่ซิ่นเยร์นได้โดยอัตโนมัติ งานวิจัยของ Charoensukmongkol (2021) พบว่า กวานซีระหว่างผู้บริหารจีนและพนักงานไทยสามารถช่วยยกระดับประสิทธิภาพของภาวะผู้นำได้ แต่เงื่อนไขสำคัญคือ ความปรารถนาดีที่แท้จริงของผู้บริหาร ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนว่า การพึ่งพาความสัมพันธ์เชิงพิธีการเพียงอย่างเดียว โดยไม่พัฒนาไปสู่ซิ่นเยร์น อาจนำไปสู่ความเปราะบางเชิงกลยุทธ์ โดยเฉพาะในบริบทที่ตลาดจีนกำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบที่ให้ความสำคัญกับความโปร่งใสและธรรมาภิบาลมากขึ้น ส่งผลให้บทบาทของกวานซีเชิงธุรกรรมลดความสำคัญลง เมื่อเทียบกับซิ่นเยร์นซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกกำกับความสัมพันธ์ที่มีความยั่งยืนและมั่นคงมากกว่า

จากการทบทวนวรรณกรรม พบช่องว่างการวิจัยสำคัญสามประการ ประการแรก งานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณสามารถวัดระดับกวานซีและซิ่นเยร์นได้ แต่ไม่สามารถอธิบายกลไกเชิงกระบวนการที่ทำให้บุคคลเปลี่ยนสถานะจากกวานซีเหริน (外人, wàirén, คนนอก) ไปสู่จื่อจี้เหริน (自己人, zìjǐrén, พวกเดียวกัน) ในสายตาของคู่ค้าชาวจีนได้ (Yen, Barnes and Wang. 2011) ประการที่สอง งานวิจัยที่มีอยู่ยังขาดการศึกษาเชิงประจักษ์ที่ระบุปัจจัยขับเคลื่อนและตัวกลาง โดยเฉพาะบทบาทของเหรินฉิง (人情) และซิ่นย่ง (信用) ที่เชื่อมกวานซีเชิงธุรกรรมกับซิ่นเยร์นเชิงอารมณ์ในบริบทธุรกิจไทย-จีน (Mayer, Davis and Schoorman. 2020) ประการที่สาม ยังขาดการศึกษาที่วิเคราะห์ผลลัพธ์ของซิ่นเยร์นในฐานะกลไกกำกับดูแลนอกเหนือจากสัญญาทางกฎหมาย และนัยของกลไกดังกล่าวต่อการลดต้นทุนธุรกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันในบริบทข้ามวัฒนธรรม งานวิจัยฉบับนี้จึงใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเติมเต็มช่องว่างทั้งสามประการ โดยในเชิงทฤษฎีมุ่งขยายกรอบทฤษฎีทุนทางสังคมและทฤษฎีความไว้วางใจสู่บริบทข้ามวัฒนธรรมไทย-จีนที่ยังขาดการศึกษา และในเชิงปฏิบัติมุ่งเสนอแนวทางที่เป็นรูปธรรมแก่ผู้ประกอบการในการพัฒนาความสัมพันธ์ทางธุรกิจจากกวานซีเชิงธุรกรรมไปสู่ซิ่นเยร์นที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. วิเคราะห์กระบวนการเปลี่ยนผ่านและจุดเปลี่ยนทางพฤติกรรมที่ทำให้ความสัมพันธ์พัฒนาจากกวานซีในฐานะทุนทางโครงสร้างไปสู่ซิ่นเยร์นในฐานะทุนทางความสัมพันธ์ ในบริบทธุรกิจไทย-จีน
2. ตรวจสอบบทบาทของเหรินฉิง (人情, rénréng, น้ำใจ) และซิ่นย่ง (信用, xinyòng, ความน่าเชื่อถือ) ในฐานะปัจจัยขับเคลื่อนและตัวกลางที่เชื่อมกวานซีเชิงธุรกรรมกับซิ่นเยร์นเชิงอารมณ์

3. วิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนและผลลัพธ์ของจีนเธรินในฐานะกลไกกำกับดูแลนอกเหนือจากสัญญาทางกฎหมาย ที่นำไปสู่การลดต้นทุนธุรกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. งานวิจัยนี้ขยายทฤษฎีทุนทางสังคม (Social capital theory) โดยจำแนกเชิงประจักษ์ระหว่างทุนทางโครงสร้าง (กวานซี) กับทุนทางความสัมพันธ์ (จีนเธริน) และระบุบทบาทของเธรินเชิงและจีนย่งในฐานะกลไกเชื่อมระหว่างทุนทั้งสองประเภท

2. ผลการวิจัยให้แนวทางเชิงปฏิบัติแก่ผู้ประกอบการไทยในการระบุจุดเปลี่ยนของความสัมพันธ์และลดต้นทุนธุรกรรมผ่านการพัฒนาจีนเธรินในฐานะกลไกกำกับดูแลนอกเหนือสัญญาทางกฎหมาย

3. งานวิจัยนี้เสนอแนวทางสำหรับหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาในการพัฒนาหลักสูตรและโปรแกรมอบรมที่ครอบคลุมกลไกความไว้วางใจข้ามวัฒนธรรมไทย-จีน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยในตลาดจีนอย่างยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรม

1. วิวัฒนาการของกวานซีในฐานะทุนทางสังคม

ภายใต้กรอบทฤษฎีทุนทางสังคม (Social capital theory) กวานซีถูกวิเคราะห์ในฐานะทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจในบริบทที่ระบบกฎหมายและกลไกทางการค้าของจีนยังพัฒนาไม่สมบูรณ์ โดยทำหน้าที่ทดแทนการคุ้มครองทางกฎหมายและการบังคับใช้สัญญา (Xin and Pearce, 1996; Luo, 2007; Chen, Chen and Huang, 2013; Dobrucali, 2020) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทุนทางโครงสร้าง (Structural capital) ของ Nahapiet and Ghoshal (1998) ที่อธิบายว่าความสัมพันธ์ทางสังคมทำหน้าที่เปิดทางเข้าถึงทรัพยากรและข้อมูลในเครือข่าย

อย่างไรก็ตาม การมองกวานซีในเชิงเครื่องมือเพียงอย่างเดียวมีข้อจำกัดสำคัญ Putnam (2000) แบ่งทุนทางสังคมออกเป็นทุนเชื่อมโยง (Bridging capital) ที่เชื่อมเครือข่ายต่างกลุ่ม และทุนผูกพัน (Bonding capital) ที่สร้างความผูกพันเชิงลึกภายในกลุ่ม เมื่อวิเคราะห์ผ่านกรอบนี้พบว่างานวิจัยด้านกวานซีส่วนใหญ่ศึกษาเพียงมิติทุนเชื่อมโยง โดยละเลยกระบวนการที่กวานซีพัฒนาไปสู่ทุนผูกพันหรือจีนเธริน Vanhonacker (2004) ชี้ให้เห็นว่ากวานซีที่หยุดอยู่เพียงระดับทุนเชื่อมโยง อาจกลายเป็นภาระผูกพันและต้นทุนแฝงที่บั่นทอนประสิทธิภาพขององค์กรได้ ซึ่ง Berger et al. (2018) ยืนยันเชิงประจักษ์ว่ามิติต่าง ๆ ของกวานซีสามารถส่งผลในทิศทางตรงข้ามกันได้ หากไม่ได้รับการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยร่วมสมัยของ Abosag et al. (2021) ที่ยืนยันว่ากวานซีสามารถเป็นได้ทั้งสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์และภาระในการจัดการ ขึ้นอยู่กับวิธีการบริหารความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการ และงานของ Tan, Guan and Sheng. (2024) พบว่า ผลของกวานซีต่อผลการปฏิบัติงานขึ้นอยู่กับระดับความไว้วางใจเชิงอารมณ์ที่พัฒนาควบคู่ไป

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาพบความแตกต่างสำคัญในการอธิบายบทบาทของกวานซี Park and Luo (2001) มองกวานซีเป็นทุนทางโครงสร้าง (Structural capital) ที่มีคุณค่าในตัวเอง ขณะที่ Guo et al. (2018) พบว่าประสิทธิผลของผู้บริหารต่างชาติในจีนมีความซับซ้อนเกินกว่าที่การมองกวานซีในเชิงเครื่องมือเพียงอย่างเดียวจะอธิบายได้ และ Li and Yu (2024) ชี้ว่า ในบริบทสถาบันการศึกษานานาชาติ กวานซีส่งเสริมการปรับตัวได้ก็ต่อเมื่อมีความไว้วางใจเชิงอารมณ์เป็นองค์ประกอบ ความแตกต่างนี้บ่งชี้ว่าการวิเคราะห์กวานซี

ในฐานะทุนทางโครงสร้าง (Structural capital) เพียงมิติเดียวไม่เพียงพอ และจำเป็นต้องศึกษามิติของความไว้วางใจ ซึ่งเป็นตัวกำหนดว่าความสัมพันธ์จะพัฒนาและอยู่รอดได้ยาวนานเพียงใด

2. บทบาทของเหรินฉิงในการสร้างความไว้วางใจ

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social exchange theory) อธิบายว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลพัฒนาผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่ครอบคลุมทั้งมิติทางวัตถุ พฤติกรรม และจิตใจ โดยตั้งอยู่บนหลักการตอบแทนซึ่งกันและกันซึ่งก่อให้เกิดพันธะทางสังคม (Blau, 1964) ในบริบทของสังคมจีน กลไกดังกล่าวถูกประยุกต์ใช้ผ่านเหรินฉิง (人情, rénqíng, น้ำใจ) ซึ่ง Hwang (1987) อธิบายว่าทำหน้าที่เป็นสกุลเงินทางสังคมที่กำหนดบรรทัดฐานการตอบแทนในสังคมจีน การแลกเปลี่ยนเหรินฉิงไม่ได้มีคุณค่าเพียงในมิติวัตถุ แต่สร้างพันธะทางสังคมที่เชื่อมโยงคู่สัมพันธ์เข้าหากัน และทำหน้าที่ทดสอบขั้นยิ่ง (信用 xinyòng, ความน่าเชื่อถือ) ของอีกฝ่าย ก่อนที่ความสัมพันธ์จะพัฒนาไปสู่ขั้นเธริน (信任, xìnrèn)

งานวิจัยที่ผ่านมาได้อธิบายบทบาทของเหรินฉิงในหลายมิติที่แตกต่างกัน โดยกรอบแนวคิดของ Hwang (1987) ได้อธิบายพื้นฐานของกระบวนการแลกเปลี่ยนเหรินฉิงในฐานะกลไกสำคัญที่กำกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างไรก็ตาม กรอบแนวคิดดังกล่าวยังมิได้อธิบายเงื่อนไขหรือปัจจัยที่ส่งผลให้เหรินฉิงพัฒนาจากการตอบแทนตามบรรทัดฐานทางสังคมไปสู่ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ในระดับที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นได้อย่างชัดเจน Chen and Chen (2004) ชี้ว่าการเปลี่ยนผ่านดังกล่าวอาจเกิดขึ้นเมื่อคู่ค้ารับรู้ถึงความปรารถนาดีที่เกินกว่าพันธะทางธุรกรรม ขณะที่ Tan, Guan and Sheng. (2024) ได้ยืนยันในเชิงประจักษ์ว่าเหรินฉิงมีบทบาทเป็นตัวกลาง (Mediator) ระหว่างกวานซีและผลการดำเนินงานทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม กลไกเชิงกระบวนการที่อธิบายว่าเหรินฉิงเปลี่ยนผ่านสู่ขั้นเธรินได้อย่างไร้ข้อขัดข้องการศึกษาเชิงคุณภาพที่เพียงพอ

ช่องว่างดังกล่าวมีนัยสำคัญต่อการทำความเข้าใจพลวัตของความสัมพันธ์ทางธุรกิจไทย-จีน กล่าวคือ หากเหรินฉิงทำหน้าที่เพียงกลไกการแลกเปลี่ยนเชิงธุรกรรม ความสัมพันธ์ก็มีแนวโน้มจะคงอยู่ในระดับกวานซีเท่านั้น หากเหรินฉิงสามารถพัฒนาไปสู่ความรู้สึกเป็นหนี้บุญคุณที่ลึกซึ้งกว่าพันธะเชิงวัตถุ จะกลายเป็นกลไกคัดกรองที่นำไปสู่การเกิดขึ้นเธริน การระบุเงื่อนไขและจุดเปลี่ยนของกระบวนการดังกล่าวประเด็นสำคัญที่งานวิจัยฉบับนี้มุ่งอธิบาย

3. จากขั้นยิ่งสู่ขั้นเธริน ความไว้วางใจในธุรกิจจีน

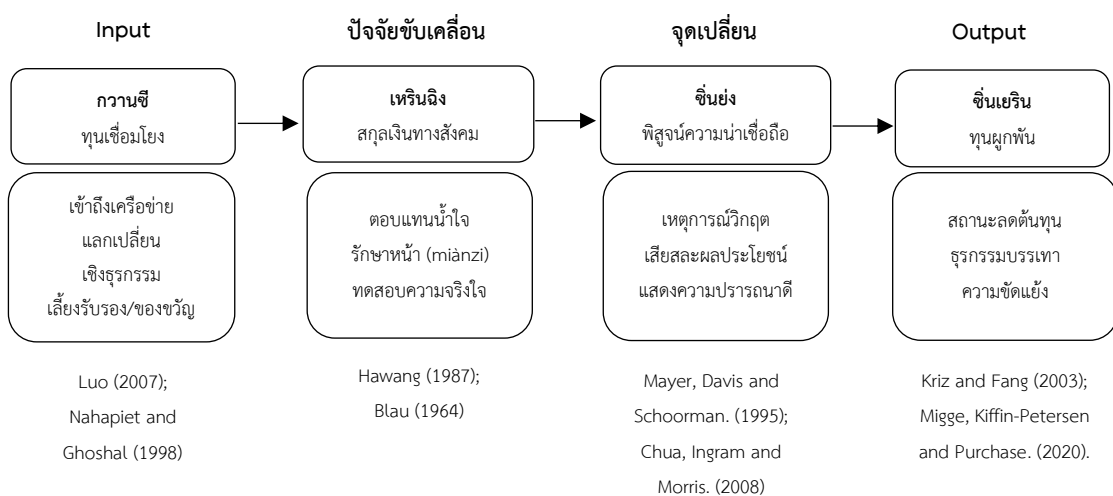
ทฤษฎีความไว้วางใจในบริบทข้ามวัฒนธรรม อธิบายว่าความไว้วางใจสามารถจำแนกออกได้เป็นสองมิติหลัก ได้แก่ ความไว้วางใจเชิงเหตุผล (Cognition-based trust) ซึ่งตั้งอยู่บนการประเมินความสามารถและความน่าเชื่อถือ และ ความคาดการณ์ได้ของอีกฝ่าย และความไว้วางใจเชิงอารมณ์ (Affect-based trust) ซึ่งเกิดจากสายสัมพันธ์ทางอารมณ์และการรับรู้ว่าอีกฝ่ายมีความปรารถนาดีอย่างแท้จริง (Chua, Ingram and Morris. 2008) สอดคล้องกับแนวคิดของ Mayer, Davis and Schoorman (1995) ที่เสนอว่า ความไว้วางใจประกอบด้วยความสามารถ (Ability) ความปรารถนาดี (Benevolence) และความซื่อสัตย์ (Integrity) ในบริบทธุรกิจจีน แนวคิดขั้นยิ่ง (信用, xinyòng, ความน่าเชื่อถือ) สอดคล้องกับมิติเชิงเหตุผล คือ การประเมินความน่าเชื่อถือขั้นพื้นฐานซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานในการร่วมธุรกิจ ในขณะที่ขั้นเธริน (信任, xìnrèn) สะท้อนความเชื่อใจในระดับที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น โดยตั้งอยู่บนการรับรู้ถึงความจริงใจ ความปรารถนาดี และเจตนาที่ดีของอีกฝ่าย อันมีลักษณะใกล้เคียงกับความไว้วางใจเชิงอารมณ์ความไว้วางใจในระดับดังกล่าวอาจเอื้อต่อการแบ่งปันทรัพยากร ข้อมูลเชิงกลยุทธ์ และข้อมูลที่มีความอ่อนไหวทางธุรกิจ ตลอดจนการยอมรับความเสี่ยงร่วมกันระหว่างคู่ค้า

งานวิจัยที่เปรียบเทียบกรอบแนวคิดความไว้วางใจของตะวันตกกับแนวคิดเชิงวัฒนธรรมจีน ได้ชี้ให้เห็นข้อแตกต่างสำคัญในการอธิบายกลไกความไว้วางใจ โดย Kriz and Fang (2003) เสนอว่า กวานซีทำหน้าที่เป็นช่องทางในการเริ่มต้นและพัฒนาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ขณะที่ซินเยรินเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดคุณภาพความมั่นคง และความลึกของความสัมพันธ์ดังกล่าว สะท้อนให้เห็นความไว้วางใจในบริบทจีนไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการประเมินความน่าเชื่อถือของอีกฝ่าย แต่ยังครอบคลุมมิติทางอารมณ์และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลด้วย ในส่วนของ Migge, Kiffin-Petersen and Purchase (2020) ยืนยันผ่านการศึกษาเชิงต้นแบบว่าเครื่องมือวัดแบบตะวันตกไม่สามารถสะท้อนมิติเชิงอารมณ์ของซินเยรินได้อย่างเพียงพอ เนื่องจากองค์ประกอบสำคัญของซินเยรินเกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่มีความเข้มข้นสูง Bedford (2022) ตั้งข้อสังเกตว่า การแบ่งความไว้วางใจเป็นเชิงเหตุผลกับเชิงอารมณ์ตามกรอบตะวันตกไม่เหมาะสมกับบริบทจีน สอดคล้องกับ Chen and Bedford (2022) ที่พัฒนามาตรวัดคุณภาพกวานซี (Guanxi quality scale) และเสนอให้ใช้แบบจำลองที่บูรณาการแนวคิดเชิงวัฒนธรรมจีน ได้แก่ เหรินฉิง (人情, rénqíng) ซินเยริน (信任, xìnren) ซินย่ง (信用, xìnyòng) ก่านฉิง (感情, gǎnqíng, ความผูกพันทางอารมณ์ระหว่างบุคคล) และเมียนจื่อ (面子, miànzi, การรักษาหน้าและเกียรติซึ่งกันและกัน) เข้าไว้ด้วยกัน

ข้อค้นพบจากงานวิจัยข้างต้น สะท้อนให้เห็นข้อจำกัดสำคัญของงานวิจัยที่มีอยู่ แม้ Shen et al. (2022) จะยืนยันว่ากวานซีระดับบุคคลสามารถส่งเสริมความไว้วางใจระดับองค์กรได้ แต่กลไกเชิงกระบวนการที่อธิบายว่าซินย่งพัฒนาไปสู่ซินเยรินได้อย่างไร ภายใต้เงื่อนไขใด และผ่านปัจจัยขับเคลื่อนใด ยังคงเป็นช่องว่างที่งานวิจัยเชิงคุณภาพยังไม่ได้ตอบ โดยเฉพาะในบริบทของผู้ประกอบการต่างชาติที่ต้องดำเนินธุรกิจในระบบความสัมพันธ์ที่มีความซับซ้อนและแตกต่างจากวัฒนธรรมของตนเอง

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้บูรณาการมาจากการทบทวนวรรณกรรมจากสามฐานทฤษฎีหลัก ได้แก่ ทฤษฎีทุนทางสังคม ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม และทฤษฎีความไว้วางใจ โดยนำเสนอแบบจำลองกระบวนการวิวัฒนาการของความไว้วางใจ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย: กระบวนการเปลี่ยนผ่านจากกวานซีสู่ซินเยรินในความสัมพันธ์ทางธุรกิจไทย-จีน
ที่มา: พัฒนาจากการสังเคราะห์วรรณกรรมของผู้วิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ยึดกระบวนทัศน์การตีความ (Interpretivism) เป็นรากฐานทางปรัชญา ซึ่งมุ่งทำความเข้าใจความหมายที่ผู้คนสร้างขึ้นจากประสบการณ์ในบริบทสังคมและวัฒนธรรมของตน (Smith, Flowers and Larkin. 2009; Denzin and Lincoln. 2011) การเลือกกระบวนทัศน์นี้มีความเหมาะสมกับการศึกษาเชิงกรณี เนื่องจากความไว้วางใจเชิงอารมณ์เป็นปรากฏการณ์ที่มีความหมายแตกต่างกันตามบริบทและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งไม่สามารถวัดได้อย่างครบถ้วนด้วยตัวเลขเชิงปริมาณ งานวิจัยจึงใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเลือกวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) ตามแนวทางของ Braun and Clarke (2006) เป็นวิธีการวิเคราะห์หลัก

1. การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกที่เคร่งครัด ได้แก่ 1) เป็นผู้ประกอบการชาวไทยที่ดำเนินธุรกิจร่วมกับคู่ค้าชาวจีนไม่น้อยกว่า 5 ปี เพื่อให้ครอบคลุมช่วงที่ความสัมพันธ์ได้พัฒนาเกินระยะเริ่มต้น 2) มีประสบการณ์การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ในระดับลึกกับคู่ค้าชาวจีน และ 3) เคยเผชิญประสบการณ์ความล้มเหลวหรือวิกฤตการณ์ทางธุรกิจร่วมกับคู่ค้าชาวจีนอย่างน้อย 1 ครั้ง ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 10 ท่าน เพื่อให้ครอบคลุมความหลากหลายอุตสาหกรรม ตั้งแต่ภาคการผลิตไปจนถึงภาคการศึกษา การเก็บข้อมูลบรรลุจุดอิ่มตัว (Data saturation) หลังจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลรายที่ 10 โดยไม่พบประเด็นหรือสาระสำคัญใหม่ที่แตกต่างจากข้อมูลเดิมอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ความเพียงพอของข้อมูลตามแนวคิดของ Guest, Bunce and Johnson (2006) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

รหัส	เพศ	ตำแหน่ง	อุตสาหกรรม	ประสบการณ์ (ปี)	ที่ตั้งคู่ค้า	ประสบการณ์วิกฤต
A	ชาย	เจ้าของกิจการ	นำเข้าสินค้า	10	อุทัย	ปัญหาบุคลากร
B	ชาย	เจ้าของกิจการ	ส่งออกสินค้า	18	หนานหนิง	สินค้าเสียหาย
C	ชาย	เจ้าของกิจการ	การผลิต	15	กว่างโจว	ขาดแคลนวัตถุดิบ
D	ชาย	เจ้าของกิจการ	สินค้าเกษตร	20	คุนหมิง	คู่ค้าเจรจาไม่ตรง
E	หญิง	ผู้บริหาร	เครื่องสำอาง	8	เซี่ยงไฮ้	ข้อพิพาทกฎหมาย
F	ชาย	เจ้าของกิจการ	สิ่งทอ	20	อู่ฮั่น	คุณภาพสินค้า
G	ชาย	เจ้าของกิจการ	ยางพารา	15	คุนหมิง	ข้อพิพาทชำระเงิน
H	ชาย	เจ้าของกิจการ	อาหาร	20	ปักกิ่ง	ราคาผันผวน
I	หญิง	เจ้าของกิจการ	เครื่องมือแพทย์	16	เซี่ยงไฮ้	สินค้าไม่ครบ
J	หญิง	ผู้จัดการ	การศึกษา	10	ปักกิ่ง	วิกฤตเรื่องการสื่อสาร

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกโดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) โดยแต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 30-45 นาที แบบสัมภาษณ์ได้รับการพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม

อย่างเป็นระบบ ครอบคลุมประเด็นหลัก 4 ด้าน ได้แก่ 1) ประสพการณ์การสร้างงานขึ้นในระยะเริ่มต้น 2) เหตุการณ์วิกฤตและจุดเปลี่ยนของความสัมพันธ์ 3) การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารและการทำงานร่วมกันภายหลังการเกิดขึ้น เยริน และ 4) ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นตามมา

โดยคำถามมุ่งเน้นให้ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนประสพการณ์เหตุการณ์วิกฤตและจุดเปลี่ยนของความสัมพันธ์ เช่น ช่วงเวลาที่คู่ค้าเข้ามาช่วยเหลือในยามวิกฤต พฤติกรรมการรักษาหน้า (Face-saving behavior) หรือ การกระทำที่เสียสละเกินความคาดหมาย ผู้วิจัยบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ทั้งหมดโดยได้รับความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล พร้อมทั้งจัดบันทึกภาคสนามเพื่อสะท้อนข้อมูลอวัจนภาษา (Non-verbal cues) เช่น การเว้นจังหวะ การพูด การเปลี่ยนแปลงน้ำเสียง และการหัวเราะเชิงประชดประชัน ซึ่งเป็นข้อมูลที่ไม่สามารถจับได้จากการบันทึกเสียงเพียงอย่างเดียว

ก่อนนำไปใช้จริง แบบสัมภาษณ์ได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจระหว่างประเทศและวัฒนธรรมจีน จำนวน 3 ท่าน เพื่อยืนยันว่าคำถามมีความครอบคลุมประเด็นสำคัญและมีความเหมาะสมต่อบริบทการวิจัยข้ามวัฒนธรรม

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการตามระเบียบวิธีวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) ของ Braun and Clarke (2006) จำนวน 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การทำความคุ้นเคยกับข้อมูล (Familiarization) ผู้วิจัยถอดเทปการสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Verbatim Transcription) พร้อมบันทึกลักษณะอวัจนภาษา และอ่านข้อมูลซ้ำอย่างน้อย 3-5 รอบ เพื่อทำความเข้าใจเนื้อหาเชิงลึกและค้นหาความหมายแฝงที่ปรากฏอยู่ในถ้อยคำของผู้ให้ข้อมูล พร้อมทั้งจัดบันทึกประเด็นและข้อสังเกตเบื้องต้นอย่างต่อเนื่อง

ขั้นที่ 2 การให้รหัสเบื้องต้น (Initial coding) ใช้วิธีการให้รหัสแบบเปิด (Open coding) โดยกำหนดรหัสจากข้อมูลที่ปรากฏ ในกรณีที่ถ้อยคำของผู้ให้ข้อมูลมีความหมายชัดเจนและเฉพาะเจาะจง ผู้วิจัยใช้ภาษานั้นเป็นชื่อรหัสโดยตรง (In vivo coding) เพื่อรักษาความหมายเชิงประสพการณ์ของผู้ให้ข้อมูล การให้รหัสดำเนินการโดยผู้วิจัย 2 ท่านอย่างเป็นอิสระ ก่อนนำมาเปรียบเทียบและตกลงร่วมกันเพื่อลดอคติในการตีความ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ขั้นที่ 3 การค้นหาแก่นสาระ (Searching for themes) ผู้วิจัยดำเนินการจัดกลุ่มรหัสที่มีความเชื่อมโยงกันเข้าเป็นแก่นสาระเบื้องต้น โดยพิจารณาจากความสำคัญเชิงทฤษฎีและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย มากกว่าการนับความถี่ของการปรากฏ ตามแนวทางของ Braun and Clarke (2006) ที่ระบุว่าแก่นสาระที่ดีไม่จำเป็นต้องปรากฏบ่อยที่สุด แต่ต้องตอบคำถามการวิจัยได้อย่างมีนัยสำคัญ

ขั้นที่ 4 การทบทวนแก่นสาระ (Reviewing themes) ผู้วิจัยประเมินความสอดคล้องภายในแต่ละแก่นสาระ (Internal homogeneity) และความแตกต่างระหว่างแก่นสาระ (External heterogeneity) โดยเปรียบเทียบกับชุดข้อมูลทั้งหมดและกรอบแนวคิดการวิจัย ในกรณีที่พบว่าแก่นสาระมีขอบเขตทับซ้อนกัน ผู้วิจัยทั้งสองท่านร่วมกันพิจารณาว่าควรรวมเป็นแก่นสาระเดียว หรือแยกออกเป็นแก่นสาระย่อยที่มีนิยามชัดเจนมากขึ้น โดยใช้เกณฑ์ความสามารถในการตอบวัตถุประสงค์การวิจัยเป็นหลัก

ขั้นที่ 5 การนิยามแก่นสาระ (Defining and naming themes) กำหนดนิยามที่ชัดเจนสำหรับแก่นสาระแต่ละข้อ โดยระบุว่าแก่นสาระนั้นครอบคลุมอะไร และไม่ครอบคลุมอะไร พร้อมเชื่อมโยงกับกรอบทฤษฎีทุนทางสังคมและทฤษฎีความไว้วางใจที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้แก่นสาระมีความหมายทั้งในเชิงประจักษ์และเชิงทฤษฎี

ขั้นที่ 6 การจัดทำรายงาน (Report writing) สังเคราะห์ผลการวิเคราะห์พร้อมคำพูดอ้างอิงจากผู้ให้ข้อมูลโดยตรง และเชื่อมโยงกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในกรอบแนวคิดการวิจัย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังใช้การเปรียบเทียบกรณีข้ามผู้ให้ข้อมูล (Cross-case comparison) เพื่อระบุรูปแบบร่วม (Patterns) และความแตกต่างของจุดเปลี่ยนระหว่างกรณี โดยเฉพาะเหตุการณ์ที่คู่ค้าชาวจีนแสดงการเสียสละผลประโยชน์ส่วนตนเพื่อประโยชน์ของคู่ค้า ซึ่งใช้เป็นตัวบ่งชี้เชิงประจักษ์ของเงื่อนไขที่นำไปสู่การก่อตัวของชินเยร์ริน

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์แก่นสาระให้ผลลัพธ์เป็น 6 แก่นสาระที่เชื่อมโยงกัน ซึ่งร่วมกันแสดงกระบวนการพัฒนาความไว้วางใจจากกวานซีเชิงธุรกรรมไปสู่ชินเยร์รินเชิงอารมณ์ในบริบทธุรกิจไทย-จีน โดยนำเสนอตามลำดับที่สะท้อนพัฒนาการของความสัมพันธ์ตามที่ปรากฏในคำสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล แก่นสาระที่ 1 และ 2 วิเคราะห์กระบวนการเปลี่ยนผ่านและจุดเปลี่ยนทางพฤติกรรมที่ทำให้ความสัมพันธ์พัฒนาจากกวานซีในฐานะทุนทางโครงสร้างไปสู่ชินเยร์รินในฐานะทุนทางความสัมพันธ์ แก่นสาระที่ 3 และ 4 ตรวจสอบบทบาทของเหรินฉิงและชินย่ง ในฐานะปัจจัยขับเคลื่อนและตัวกลางที่เชื่อมกวานซีเชิงธุรกรรมกับชินเยร์รินเชิงอารมณ์ และแก่นสาระที่ 5 และ 6 วิเคราะห์ผลลัพธ์ของชินเยร์รินในฐานะกลไกกำกับดูแลนอกเหนือสัญญาทางกฎหมาย ที่นำไปสู่การลดต้นทุนธุรกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

แก่นสาระที่ 1: การเปลี่ยนผ่านจากความสัมพันธ์เชิงธุรกรรมสู่ความผูกพันเชิงอารมณ์

ผลการวิจัยพบว่า ในช่วงเริ่มต้นของความสัมพันธ์ทางธุรกิจไทย-จีน ปฏิสัมพันธ์ถูกกำกับด้วยกวานซีและการแลกเปลี่ยนเหรินฉิงเชิงสัญลักษณ์เป็นหลัก เช่น การมอบของขวัญตามเทศกาล การเลี้ยงรับรองอย่างเป็นพิธีการ อย่างไรก็ตาม จุดเปลี่ยนสำคัญเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแสดงน้ำใจที่เกินขอบเขตของผลประโยชน์ทางการค้าอย่างชัดเจน ดังตัวอย่างที่ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า: “มีช่วงที่ตู้คอนเทนเนอร์ติดด่านส่งออกไม่ได้ เพราะเป็นสินค้าควบคุมช่วงโควิด คู่ค้าจีนเขาใช้เส้นสายส่วนตัวช่วยเคลียร์ให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่ม โดยบอกว่าเรื่องเงินเอาไว้ทีหลัง เพื่อนเดือดร้อนต้องช่วยก่อน รู้เลยว่าเราเป็นมากกว่าคู่ค้ากันแล้ว” (ผู้ให้ข้อมูล A ธุรกิจนำเข้าสินค้าประสบการณ์ 10 ปี)

ในเชิงวิเคราะห์ ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า เหรินฉิงทำหน้าที่เป็นกลไกคัดกรองสองระดับ ได้แก่ 1. เหรินฉิงเชิงสัญลักษณ์ เช่น การของขวัญและการเลี้ยงรับรอง ทำหน้าที่รักษากวานซีให้คงอยู่แต่ไม่ก่อให้เกิดชินเยร์ริน และ 2. เหรินฉิงเชิงเสียสละที่มีต้นทุนจริง ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้เชิงประจักษ์ว่าความสัมพันธ์ได้ข้ามพ้นจากกวานซีเชิงธุรกรรมไปสู่ชินเยร์รินเชิงอารมณ์ ซึ่งสอดคล้องกับ Hwang (1987) อธิบายว่า เหรินฉิงพัฒนาจากการแลกเปลี่ยนเชิงธุรกิจไปสู่ความผูกพันทางใจได้ก็ต่อเมื่อคู่ค้ามองเห็นคุณค่าของบุคคลมากกว่าคุณค่าของธุรกรรม สอดคล้องกับ Tan, Guan and Sheng (2024) ที่พบว่าเมื่อชินเยร์ริน กานฉิง และเหรินฉิงทำงานร่วมกัน จะสร้างสภาพแวดล้อมที่คู่ค้าพร้อมกระทำเกินกว่าหน้าที่ทางธุรกิจ ที่สำคัญคือ ผู้ประกอบการไทยที่ลงทุนในเหรินฉิงเชิงสัญลักษณ์เพียงอย่างเดียวโดยไม่ผ่านการพิสูจน์ในสถานการณ์จริง มีแนวโน้มจะยังคงอยู่ในระดับกวานซี และไม่สามารถพัฒนาไปสู่ชินเยร์รินได้

แก่นสาระที่ 2: วิฤตการณ์ในฐานะบทพิสูจน์ยืนยันและตัวเร่งการก่อตัวของชินเยร์ริน

ข้อค้นพบหลักของงานวิจัย คือ ชินเยร์รินไม่ได้พัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไปตามระยะเวลา แต่มักเกิดขึ้นอย่างชัดเจนผ่านเหตุการณ์วิกฤตที่ทำหน้าที่เป็นบทพิสูจน์ยืนยัน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่สะท้อนว่าเหตุการณ์

เช่น การขาดแคลนวัตถุดิบ ความผันผวนของราคา หรือการหยุดชะงักของโซ่อุปทาน คือช่วงเวลาที่สูงชัน ความน่าเชื่อถือของคู่ค้าและกำหนดทิศทางของความสัมพันธ์ ดังตัวอย่างที่ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า: “มีอยู่ครั้งหนึ่งช่วงคาบเกี่ยวช่วงโควิด วัตถุดิบขาดตลาด ราคาพุ่งไป 3 เท่า แต่ซัพพลายเออร์จีนรายนี้ยังส่งของให้ผมในราคาเดิมตามที่ตกลงไว้ ทั้งที่เขาไปขายคนอื่นได้กำไรกว่ามาก เขาบอกว่าสัจจะสำคัญกว่ากำไรครั้งเดียว หลังจากนั้นเราก็เชื่อถือกันแบบ 100%” (ผู้ให้ข้อมูล C ภาคการผลิต ประสบการณ์ 15 ปี)

ในเชิงวิเคราะห์ ข้อค้นพบนี้มีนัยสำคัญสองประการ ประการแรก สอดคล้องกับ Chua, Ingram and Morris (2008) ที่ว่า ความไว้วางใจเชิงอารมณ์เกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการแสดงความปรารถนาดีภายใต้ความเสี่ยงที่แท้จริง ประการที่สอง ข้อค้นพบนี้ตั้งคำถามต่อสมมติฐานในงานวิจัยเชิงปริมาณส่วนใหญ่ว่าใช้ระยะเวลาความสัมพันธ์เป็นตัวทำนายขึ้นเธร็น เนื่องจากผลการวิจัยชี้ว่าคุณภาพของเหตุการณ์ที่เผชิญร่วมกันมีน้ำหนักมากกว่าปริมาณของเวลาที่ใช้ร่วมกัน ซึ่งเป็นมิติเชิงกระบวนการที่การวิจัยแบบ Cross-sectional ไม่สามารถอธิบายการเปลี่ยนผ่านของความไว้วางใจได้อย่างเพียงพอ

แก่นสาระที่ 3: สถานะพวกเดียวกันและการลดต้นทุนธุรกรรม

เมื่อความสัมพันธ์พัฒนาถึงระดับขึ้นเธร็น คู่ค้าจะเปลี่ยนสถานะจากภายนอก (外人, wàirén, คนนอก) ไปสู่จื่อเจีเหริน (自己人, zìjǐrén, พวกเดียวกัน) ส่งผลโดยตรงต่อรูปแบบการทำงานร่วมกัน กลไกการกำกับดูแลเชิงทางการ ลดความสำคัญลงอย่างมีนัยสำคัญ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลอธิบายว่า: “พอเราเป็นขึ้นเธร็นกันแล้ว สัญญาหนา ๆ 50 หน้าก็แทบไม่ได้เปิดดูเลย บางทีแค่แชท WeChat บอกกันงานก็เดินแล้ว ความระแวงมันหายไป ต้นทุนที่เคยต้องจ้างนายตรวจสอบทุกจุดมันลดลงไปมหาศาล” (ผู้ให้ข้อมูล F อุตสาหกรรมสิ่งทอ ประสบการณ์ 20 ปี)

ในเชิงวิเคราะห์ ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า ขึ้นเธร็นทำหน้าที่เป็นกลไกกำกับดูแลที่ทดแทนสัญญาทางกฎหมาย ในบริบทที่ความสัมพันธ์ขับเคลื่อนธุรกิจ ทำให้ต้นทุนธุรกรรมลดลงในสองระดับ ระดับแรก คือ ต้นทุนที่วัดได้โดยตรง เช่น ค่าที่ปรึกษากฎหมายและการตรวจสอบเอกสาร ระดับที่สอง คือ ต้นทุนเชิงความสัมพันธ์ที่วัดได้ยากกว่า ได้แก่ เวลาและทรัพยากรที่ใช้ในการตีความและตรวจสอบเจตนาของอีกคู่ค้า ซึ่งลดลงเพราะทั้งสองฝ่ายไม่จำเป็นต้องพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของตนอีกต่อไป ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ Standifird and Marshall (2000) ในเรื่องข้อได้เปรียบด้านต้นทุนของเครือข่ายกวานซี อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่ากลไกที่ทำให้ต้นทุนลดลงจริงคือขึ้นเธร็นโดยกวานซีเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอหากความสัมพันธ์ยังไม่พัฒนาไปสู่ความไว้วางใจเชิงอารมณ์ในระดับลึก

แก่นสาระที่ 4: เมียนจื่อในฐานะกลไกการกำกับดูแลทางอารมณ์และการรักษาความไว้วางใจระยะยาว

ผลการวิจัยพบว่า การรักษาเมียนจื่อ (面子, miànzi) ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงธรรมเนียมปฏิบัติทางวัฒนธรรม แต่เป็นกลไกสำคัญในการรักษาและเสริมสร้างขึ้นเธร็น โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่คู่ค้าฝ่ายหนึ่งอยู่ในสถานการณ์เปราะบาง ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า: “มีครั้งหนึ่งที่พี่ทำผิดพลาดในโปรเจกต์ใหญ่ คู่ค้าจีนเขาไม่ตำหนิพี่ในที่ประชุมเลย แต่มาคุยกันสองคนหลังเลิกประชุม เขาบอกว่า เราพวกเดียวกัน ต้องรักษาหน้ากันไว้ การที่เขาให้เกียรติพี่ขนาดนี้ ทำให้พี่รู้สึกว่าต้องตอบแทนเขามากกว่าแค่เรื่องธุรกิจ” (ผู้ให้ข้อมูล J ธุรกิจการศึกษา ประสบการณ์ 10 ปี)

ในเชิงวิเคราะห์ ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่าเมียนจื่อทำหน้าที่สองระดับพร้อมกัน ในระดับแรก เป็นกลไกป้องกันความเสียหายของความสัมพันธ์ โดยการปกป้องศักดิ์ศรีของคู่ค้าในช่วงที่เปราะบางช่วยให้ความผิดพลาดทางธุรกิจไม่ลุกลามกลายเป็นความขัดแย้งเชิงอารมณ์ และระดับที่สอง เป็นกลไกสร้างพันธะผูกพันซึ่งกันและกัน เพราะการที่คู่ค้ายอมรับความเสี่ยงส่วนตัวเพื่อปกป้องเกียรติของอีกฝ่ายก่อให้เกิดพันธะทางสังคมที่มีน้ำหนักเกินกว่า

ธุรกรรมทางการค้า ซึ่งสอดคล้องกับ Yang (1994) และ Hwang (1987) ที่อธิบายว่าการรักษาหน้าในสังคมจีนเป็นกลไกที่สร้างพันธะทางสังคมระยะยาว ข้อค้นพบนี้ขยายความเข้าใจดังกล่าวโดยชี้ว่าในบริบทธุรกิจไทย-จีน เมียนจื่อไม่เพียงรักษาความสัมพันธ์ที่มีอยู่ แต่ยังเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้वानซีพัฒนาไปสู่ซินเยรินในเชิงอารมณ์

แก่นสาระที่ 5: การสื่อสารบริบทสูงในฐานะตัวบ่งชี้ซินเยริน

เมื่อความสัมพันธ์พัฒนาถึงระดับซินเยริน รูปแบบการสื่อสารระหว่างคู่ค้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญจากการสื่อสารบริบทต่ำ (Low-context communication) ที่ต้องอาศัยข้อความชัดเจนและรายละเอียดครบถ้วนไปสู่การสื่อสารบริบทสูง (High-context communication) ซึ่งคู่ค้าสามารถเข้าใจความหมายของกันและกันได้โดยไม่ต้องระบุอย่างชัดเจน เนื่องจากทั้งสองฝ่ายมีกรอบความเข้าใจร่วมกันที่สะสมจากประสบการณ์และความไว้วางใจที่ผ่านการพิสูจน์มาแล้ว ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า: “พอมองตากันก็รู้แล้วว่าเขาคิดอะไร บางทีส่งข้อความสั้นๆ แค่อะไรเดียวใน Wechat เขาก็เข้าใจความหมายเบื้องหลังทั้งหมด ไม่ต้องมีอีเมลทางการอธิบายยาว ๆ เหมือนช่วงแรก ๆ มันคือความเข้าใจกันแบบพวกเดียวกัน ที่คนนอกไม่มีทางเข้าใจ” (ผู้ให้ข้อมูล D สิ้นค้าเกษตร ประสิทธิภาพ 20 ปี)

ในเชิงวิเคราะห์ ข้อค้นพบนี้มีนัยสำคัญสองประการ ประการแรก การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารไม่ใช่เพียงผลลัพธ์ของซินเยริน แต่ยังทำหน้าที่เป็นตัวบ่งชี้เชิงประจักษ์ที่ผู้ประกอบการสามารถสังเกตได้ว่าความสัมพันธ์ได้เข้าสู่ระดับซินเยรินอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นประโยชน์ในเชิงปฏิบัติมากกว่าการรอให้เกิดเหตุการณ์วิกฤตเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ ประการที่สอง การที่ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า: “คนนอกไม่มีทางเข้าใจ” สะท้อนให้เห็นว่าซินเยรินสร้างรหัสการสื่อสารร่วมกันที่กำหนดขอบเขตระหว่าง จื่อจีเหริน (พวกเดียวกัน) และวายเหริน (คนนอก) อย่างชัดเจน สอดคล้องกับกรอบของ Hall (1976) ที่อธิบายว่าการสื่อสารบริบทสูงเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อคู่สื่อสารมีประสบการณ์และความเข้าใจร่วมกันในระดับลึก และสนับสนุนโดย Li et al. (2024) ที่ชี้ว่าซินเยรินส่งเสริมการปรับตัวและความผูกพันในบริบทข้ามวัฒนธรรม

แก่นสาระที่ 6: ซินเยรินในฐานะกลไกบรรเทาความขัดแย้งและรักษาความสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่าเมื่อเกิดข้อพิพาททางธุรกิจหรือความผิดพลาดในการดำเนินงาน คู่ค้าที่มีซินเยรินจะเลือกเจรจาประนีประนอมมากกว่าการบังคับใช้สิทธิ์ทางกฎหมาย ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า: “ตอนที่โรงงานผมผลิตของเสียจำนวนมาก จนเขาส่งงานต่อไม่ได้ ถ้าเป็นคนอื่นเขาฟ้องเรียกค่าเสียหายไปแล้ว แต่เพราะทำธุรกิจกันมานาน เขาไว้วางใจผม เขาพูดแค่ ว่าไม่เป็นไร รอบหน้าค่อยแก้ตัว น้ำใจที่เขาให้ในยามที่ผมแย่ที่สุด มันกลายเป็นเกราะป้องกันไม่ให้ธุรกิจเราพังลง” (ผู้ให้ข้อมูล B ธุรกิจส่งออกสินค้า ประสิทธิภาพ 18 ปี)

ในเชิงวิเคราะห์ ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า ซินเยรินทำหน้าที่เป็นกลไกกำกับดูแลความสัมพันธ์ในสองมิติพร้อมกัน มิติแรกคือการป้องกัน ซึ่งช่วยลดแรงจูงใจในการใช้มาตรการทางกฎหมายเมื่อเกิดข้อผิดพลาด เนื่องจากคู่ค้าตีความเหตุการณ์ดังกล่าวว่าเป็นความผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ ไม่ใช่การละเมิดความไว้วางใจโดยเจตนา มิติที่สองคือการฟื้นฟู โดยสร้างพื้นที่ให้คู่ค้าสามารถแก้ไขความผิดพลาดโดยไม่สูญเสียเกียรติหรือสถานะในความสัมพันธ์ สอดคล้องกับ Chen and Chen (2004) ที่ชี้ว่าวัฒนธรรมธุรกิจจีนให้ความสำคัญกับความกลมเกลียวในความสัมพันธ์มากกว่าการยึดตามตัวอักษรของสัญญา ข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นว่า ซินเยรินในฐานะกลไกกำกับดูแลนอกเหนือสัญญาทางกฎหมายไม่เพียงลดต้นทุนธุรกรรมในยามปกติ แต่ยังทำหน้าที่ดูดซับความเสี่ยงเชิงความสัมพันธ์ในยามวิกฤต ซึ่งมีมูลค่าเชิงกลยุทธ์ที่สัญญาทางกฎหมายไม่สามารถทดแทนได้

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้พบว่า กวานซีเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ไม่ใช่ปัจจัยที่รับประกันความร่วมมือในระยะยาว แม้ Luo (2007) และ Park and Luo (2001) จะอธิบายกวานซีเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงเครือข่ายและโอกาสทางธุรกิจ แต่ผลการวิจัยนี้สะท้อนว่า การมีกวานซีเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ เนื่องจากการเปลี่ยนผ่านจากทุนเชื่อมโยง (Bridging capital) สู่ทุนผูกพัน (Bonding capital) ตามกรอบของ Putnam (2000) และ Nahapiet and Ghoshal (1998) ที่ไม่ได้เกิดจากการสะสมตามระยะเวลา แต่เกิดจากเหตุการณ์วิกฤตที่เปิดโอกาสให้คู่ค้าพิสูจน์ความน่าเชื่อถือภายใต้ต้นทุนที่แท้จริง ข้อค้นพบนี้ตั้งคำถามต่องานวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้ระยะเวลาความสัมพันธ์เป็นตัวทำนายขึ้นเธร็น (Yen, Barnes and Wang. 2011) โดยชี้ให้เห็นว่าคุณภาพของเหตุการณ์ที่เผชิญร่วมกันมีน้ำหนักมากกว่าปริมาณของเวลาที่สะสม

บริบทธุรกิจไทย-จีนมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากความสัมพันธ์จีน-ตะวันตก โดยงานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาความใกล้ชิดทางวัฒนธรรมระหว่างไทยและจีนผ่านชุมชนไทยเชื้อสายจีน ช่วยลดอุปสรรคในการสร้างกวานซีในช่วงเริ่มต้น แต่ในขณะเดียวกันก็สร้างความคาดหวังจากคู่ค้าจีนว่าผู้ประกอบการไทยควรเข้าใจบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมจีนอยู่แล้ว ลักษณะที่ดูเหมือนขัดแย้งกันนี้ทำให้การพัฒนาขึ้นเธร็นในบริบทไทย-จีนมีความซับซ้อนกว่าที่งานวิจัยข้ามวัฒนธรรมทั่วไปอธิบายไว้ และสะท้อนให้เห็นว่าระบบทุนนิยมเชิงสัมพันธ์แบบเอเชีย (Relational asian capitalism) มีมิติความไว้วางใจที่ลึกกว่าการแลกเปลี่ยนเชิงธุรกรรม

ในด้านปัจจัยขับเคลื่อน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าเธร็นชิงทำหน้าที่แตกต่างกันในสองระดับ เธร็นชิงเชิงสัญลักษณ์ เช่น การเลี้ยงรับรองและการให้ของขวัญ รักษา กวานซีให้คงอยู่แต่ไม่ก่อให้เกิดขึ้นเธร็น ขณะที่เธร็นชิงเชิงเสียสละที่เกิดขึ้นภายใต้ต้นทุนจริงเป็นตัวเร่งสำคัญ ข้อค้นพบนี้ขยายกรอบของ Hwang (1987) โดยชี้ว่า ไม่ใช่เธร็นชิงทุกรูปแบบที่นำไปสู่ขึ้นเธร็น นอกจากนี้ เมื่อนำเงื่อนไขที่เป็นกลไกกำกับดูแลทางอารมณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของบริบทธุรกิจจีน การปกป้องศักดิ์ศรีของคู่ค้าในช่วงที่เปราะบางไม่ใช่เพียงธรรมเนียมทางวัฒนธรรม แต่สร้างพันธะทางสังคมที่มีน้ำหนักเกินกว่าธุรกรรมทางการค้า แม้กรอบของ Mayer, Davis and Schoorman (1995) จะอธิบายองค์ประกอบของความไว้วางใจได้ดี แต่ยังไม่ได้ระบุบทบาทของเมียนจื่อในฐานะกลไกสร้างและรักษาขึ้นเธร็น ซึ่งเป็นมิติที่ครอบคลุมความไว้วางใจตะวันตกยังไม่ได้ครอบคลุม และจำเป็นต้องบูรณาการแนวคิดเชิงวัฒนธรรมจีนเพื่ออธิบายได้อย่างครบถ้วน

ในด้านผลลัพธ์ ขึ้นเธร็นทำหน้าที่เป็นกลไกกำกับดูแลความสัมพันธ์ที่ทดแทนสัญญาทางกฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพในสภาพแวดล้อมที่มีความผันผวนสูง ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ Standifird and Marshall (2000) แต่เพิ่มความชัดเจนว่าขึ้นเธร็นไม่ใช่กวานซีเพียงอย่างเดียวที่เป็นกลไกเบื้องหลังข้อได้เปรียบด้านต้นทุน นอกจากนี้ ขึ้นเธร็นยังทำหน้าที่ดูดซับความเสี่ยงเชิงความสัมพันธ์ในยามวิกฤต สอดคล้องกับ Chen and Chen (2004) ที่อธิบายว่าวัฒนธรรมธุรกิจจีนให้ความสำคัญกับความกลมเกลียวในความสัมพันธ์มากกว่าการยึดตามตัวอักษรของสัญญา มูลค่าเชิงกลยุทธ์ของขึ้นเธร็นในมิตินี้เป็นสิ่งที่สัญญาทางกฎหมายไม่สามารถทดแทนได้

สำหรับผู้ประกอบการไทยที่ทำธุรกิจในจีน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการลงทุนในกวานซีเชิงพิธีการเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว การแสดงความพร้อมรับความเสี่ยงร่วมกับคู่ค้าในยามวิกฤต การพัฒนาทักษะการสื่อสารบริบทสูง และการบริหารเมียนจื่อในการจัดการความขัดแย้ง ล้วนเป็นกลยุทธ์ที่มีมูลค่าเชิงธุรกิจ ไม่ใช่เพียงธรรมเนียมทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับหลักการของ Yang (1994)

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการไทยที่ทำธุรกิจกับคู่ค้าจีนควรให้ความสำคัญกับการพิสูจน์ความน่าเชื่อถือในสถานการณ์จริงมากกว่าการลงทุนในทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์เพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่คู่ค้าเผชิญวิกฤตทางธุรกิจ การแสดงความพร้อมรับความเสี่ยงร่วมกันมีคุณค่าเชิงความสัมพันธ์ในระยะยาวมากกว่าการเลี้ยงรับรองตามธรรมเนียม นอกจากนี้ การบริหารเมียนจื่อในการจัดการความขัดแย้ง โดยเฉพาะการหลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์คู่ค้าในสาธารณะ ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการรักษาซินเยรินและเสริมสร้างความร่วมมือทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และหอการค้าไทย-จีน ควรบรรจุเนื้อหาเกี่ยวกับกลไกความไว้วางใจข้ามวัฒนธรรมในโปรแกรมอบรมผู้ประกอบการ โดยเน้นการระบุจุดเปลี่ยนของความสัมพันธ์และการบริหารเมียนจื่อในสถานการณ์เชิงธุรกิจ รวมถึงสถาบันการศึกษา ควรนำกรณีศึกษาเรื่องกลไกความไว้วางใจไทย-จีนบรรจุในหลักสูตรบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อให้นักศึกษาได้พัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับมิติทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดจากการใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงและเก็บข้อมูลเฉพาะผู้ประกอบการไทย จึงไม่สามารถสรุปผลเป็นภาพรวมเชิงสถิติได้ การวิจัยในอนาคตควรพิจารณาสามทิศทาง ได้แก่ การออกแบบวิจัยแบบตามยาว (Longitudinal design) เพื่อติดตามพัฒนาการของซินเยรินตามเวลาจริง การพัฒนามาตรวัดซินเยรินในบริบทไทย-จีนเพื่อทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ และการศึกษาเปรียบเทียบมุมมองของคู่ค้าจีนควบคู่กับผู้ประกอบการไทย เพื่อให้ได้ภาพของกระบวนการเปลี่ยนผ่านที่สมบูรณ์จากทั้งสองฝ่าย

รายการอ้างอิง

- Abosag, I., Yen, D. A., Barnes, B. R., & Gadalla, E. (2021). "Rethinking guanxi and performance: Understanding the dark side of Sino-U.S. business relationships." *International Business Review*, 30(4) : 101775.
- Bedford, O. (2022). "The relation between guanxi and interpersonal trust in the workplace." *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 56(2) : 385-404.
- Berger, R., Herstein, R., Silbiger, A., & Barnes, B. R. (2018). "Is guanxi universal in China? Some evidence of a paradoxical shift." *Journal of Business Research*, 86 : 344-355.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York : John Wiley & Sons.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). "Using thematic analysis in psychology." *Qualitative Research in Psychology*, 3(2) : 77-101.
- Charoensukmongkol, P. (2021). "How Chinese expatriates' cultural intelligence promotes supervisor-subordinate guanxi with Thai employees: The mediating effect of expatriates' benevolence." *International Journal of Cross Cultural Management*, 21(1) : 9-30.
- Chen, C. C., Chen, X. P., & Huang, S. S. (2013). "Chinese guanxi: An integrative review and new directions for future research." *Management and Organization Review*, 9(1) : 167-207.

- Chen, M., & Bedford, O. (2022). "Measuring guanxi quality in the workplace." **Journal of Business and Psychology**, 37(3) : 581-599.
- Chen, X. P., & Chen, C. C. (2004). "On the intricacies of the Chinese guanxi: A process model of guanxi development." **Asia Pacific Journal of Management**, 21(3) : 305-324.
- Chua, R. Y., Ingram, P., & Morris, M. W. (2008). "From the head and the heart: Locating cognition- and affect-based trust in managers' professional networks." **Academy of Management Journal**, 51(3) : 436-452.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2011). **The SAGE handbook of qualitative research (4th ed.)**. California : SAGE Publications.
- Dobrucali, B. (2020). "The role of guanxi on international business-to-business relationships: A systematic review and future directions." **Journal of Business & Industrial Marketing**, 35(7) : 1125-1140.
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). "How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability." **Field Methods**, 18(1) : 59-82.
- Guo, Y., Rammal, H. G., Benson, J., Zhu, Y., & Dowling, P. J. (2018). "Interpersonal relations in China: Expatriates' perspective on the development and use of guanxi." **International Business Review**, 27(2) : 455-464.
- Hall, E. T. (1976). **Beyond culture**. New York : Anchor Books.
- Hwang, K. K. (1987). "Face and favor: The Chinese power game." **American Journal of Sociology**, 92(4) : 944-974.
- Kriz, A., & Fang, T. (2003). Interpersonal trust in Chinese relational networks: Moving from guanxi to xinren. In **Proceedings of the 19th IMP Conference**, Lugano, Switzerland : Industrial Marketing and Purchasing
- Li, C., Wang, C., Wu, L., Zhang, R., & Niu, X. (2024). "The impact of international talent inflow on technological innovation: The moderating role of guanxi culture and social trust." **SAGE Open**, 14(3) : 1-15.
- Li, S., & Yu, S. (2024). "The role of guanxi in fostering adaptability and work engagement among educators in international educational institutions." **Frontiers in Psychology**, 14, 1336189.
- Luo, Y. (2007). **Guanxi and business**. Singapore : World Scientific Publishing.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). "An integrative model of organizational trust." **Academy of Management Review**, 20(3) : 709-734.
- Migge, T., Kiffin-Petersen, S. A., & Purchase, S. (2020). "When Western measures meet Eastern perspectives: A prototyping analysis of xinren in buyer-seller relationships." **Industrial Marketing Management**, 91 : 129-141.

- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage." **Academy of Management Review**, 23(2) : 242-266.
- Park, S. H., & Luo, Y. (2001). "Guanxi and organizational dynamics: organizational networking in Chinese firms." **Strategic Management Journal**, 22(5) : 455-477.
- Putnam, R. D. (2000). **Bowling alone: The collapse and revival of American community**. New York : Simon & Schuster.
- Shen, L., Zhou, K. Z., & Zhang, C. (2022). "Is interpersonal guanxi beneficial in fostering interfirm trust? The contingent effect of institutional- and individual-level characteristics." **Journal of Business Ethics**, 176(3) : 575-592.
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). **Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research**. London : Sage.
- Standifird, S. S., & Marshall, R. S. (2000). "The transaction cost advantage of guanxi-based business networks." **Journal of World Business**, 35(1) : 21-42.
- Tan, L., Guan, Y., & Sheng, G. (2024). "The guanxi mediating role linking organizational justice to contextual performance with age as a moderator." **PsyCh Journal**, 13(6), 1044-1054.
- Tsui, A. S., & Farh, J. L. (1997). "Where Guanxi Matters: Relational Demography and Guanxi in the Chinese Context." **Work and Occupations**, 24(1) : 56-79.
- Vanhonacker, W. R. (2004). "Guanxi networks in China." **The China Business Review**, 31(3), 48-53.
- Xin, K. R., & Pearce, J. L. (1996). "Guanxi: Connections as substitutes for formal institutional support." **Academy of Management Journal**, 39(6) : 1641-1658.
- Yang, M. M. H. (1994). **Gifts, favors, and banquets: The art of social relationships in China**. New York : Cornell University Press.
- Yen, D. A., Barnes, B. R., & Wang, C. L. (2011). "The measurement of guanxi: Introducing the GRX scale." **Industrial Marketing Management**, 40(1) : 97-108.

ผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2557-2566

The Impact of the Policy Rate and Inflation on the Stock Exchange
of Thailand Index during 2014-2023

สปันณญา ธรรมศรีสันต์^{1,*}
Sapanna Thammasrisan^{1,*}

Received 11 February 2026
Revised 30 April 2026
Accepted 25 June 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายเดือนในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการด้วยแบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่าแบบจำลองการถดถอยโดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติ และสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ร้อยละ 18.2 เมื่อพิจารณาผลกระทบรายตัวแปร พบว่าอัตราเงินเฟ้อมีผลกระทบเชิงบวกต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่อัตราดอกเบี้ยนโยบายไม่พบว่ามีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยสะท้อนว่าการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงเวลาที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาวะเงินเฟ้อมากกว่าการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ทั้งนี้ ข้อค้นพบจากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายการเงิน การวิเคราะห์ตลาดทุน และการตัดสินใจลงทุน อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้มีข้อจำกัดในด้านการใช้ข้อมูลเฉพาะภายในประเทศและการเลือกใช้ตัวแปรอิสระเพียงบางส่วน

คำสำคัญ: อัตราดอกเบี้ยนโยบาย, อัตราเงินเฟ้อ, ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ตลาดทุนไทย

¹ บธ.ม. บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2556. อาจารย์สังกัดสาขานวัตกรรมทางเศรษฐกิจ การเงิน และการลงทุน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

¹ MBA. Business Administration, Ramkhamhaeng University, 2009. Lecturer of Department of Economic Financial and Investment Innovation, Faculty of Management Sciences, Bansomdejchaopraya Rajabhat University.

*Corresponding author, e-mail : sapanna.th@bsru.ac.th

Abstract

This study aimed to examine the effects of the policy interest rate and inflation rate on the Stock Exchange of Thailand (SET) Index using monthly secondary data from January 2014 to December 2023. The data were analyzed using a multiple linear regression model. The results show that the overall regression model is statistically significant and can explain 18.2 percent of the variation in the SET Index. When considering the individual effects of the variables, inflation was found to have a statistically significant positive effect on the SET Index at the 0.05 significance level, whereas the policy interest rate was not statistically significant at the 0.05 level. These findings indicate that movements in the SET Index during the study period were more closely associated with inflation than with changes in the policy interest rate. These findings provide useful input for monetary policy formulation, capital market analysis, and investment decision-making. However, this study is limited by its use of domestic data only and by the selection of only a few independent variables.

Keywords: Policy Interest Rate, Inflation Rate, Stock Exchange of Thailand Index, Thai Capital Market

บทนำ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการระดมทุนของภาคธุรกิจและเป็นดัชนีชี้วัดภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ การเปลี่ยนแปลงของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่เพียงสะท้อนผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนเท่านั้น หากยังสะท้อนความคาดหวังของนักลงทุนต่อแนวโน้มเศรษฐกิจเสถียรภาพทางการเงิน และทิศทางนโยบายเศรษฐกิจของประเทศ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566) ด้วยเหตุนี้ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงเป็นประเด็นสำคัญในสาขาเศรษฐศาสตร์การเงินและการลงทุน ในช่วงปี พ.ศ. 2557-2566 ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความผันผวนอย่างต่อเนื่อง โดยปรับตัวลดลงอย่างมีนัยสำคัญในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี พ.ศ. 2563 ก่อนจะฟื้นตัวในระยะถัดมา ขณะที่อัตราดอกเบี้ยนโยบายปรับลดลงสู่ระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์และเริ่มปรับเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2565-2566 ส่วนอัตราเงินเฟ้อมีการเร่งตัวขึ้นอย่างชัดเจนในช่วงหลังการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566)

ในบรรดาปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคที่ส่งผลต่อตลาดหุ้น อัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อถือเป็นตัวแปรหลักที่มีบทบาทโดยตรงต่อการตัดสินใจลงทุน ต้นทุนเงินทุน และการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงิน อัตราดอกเบี้ยนโยบายเป็นเครื่องมือสำคัญของธนาคารกลางในการดำเนินนโยบายการเงินและรักษาเสถียรภาพเศรษฐกิจ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) ขณะที่อัตราเงินเฟ้อสะท้อนระดับราคาสินค้าและบริการ รวมถึงภาวะอุปสงค์และกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566) การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรทั้งสองจึงมีแนวโน้มส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ในเชิงทฤษฎี อัตราดอกเบี้ยนโยบายมีผลต่อราคาหุ้นผ่านกลไกต้นทุนเงินทุนและการคิดลดกระแสเงินสดในอนาคตตามแนวคิด Present value theory กล่าวคือ เมื่ออัตราดอกเบี้ยเพิ่มสูงขึ้น อัตราคิดลดจะเพิ่มขึ้น ส่งผลให้

มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดในอนาคตลดลง และทำให้ราคาหุ้นรวมถึงดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีแนวโน้มปรับตัวลดลง ในทางกลับกัน อัตราเงินเฟ้ออาจมีผลทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ขึ้นอยู่กับระดับและบริบทของเศรษฐกิจ โดยตามแนวคิด Fisher effect เงินเฟ้อที่สูงขึ้นมักสัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนและการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ ทั้งนี้ เงินเฟ้อในระดับต่ำถึงปานกลางอาจสะท้อนการขยายตัวทางเศรษฐกิจและกำไรของภาคธุรกิจที่เพิ่มขึ้น ขณะที่เงินเฟ้อในระดับสูงอาจสร้างความไม่แน่นอนและเพิ่มต้นทุนการผลิต (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) ด้วยเหตุนี้ อัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีบทบาทโดยตรงต่อการกำหนดมูลค่าหลักทรัพย์และการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ซึ่งส่งผลต่อการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ

งานวิจัยที่ผ่านมาในบริบทประเทศไทยให้ผลลัพธ์ที่หลากหลายเกี่ยวกับบทบาทของปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สถาพร เพชรประดับ และอุราภรณ์ รักมิตร (2567) อธิบายว่า อัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์และการตัดสินใจลงทุนในตลาดทุน ขณะที่ ภาณุตา ยศพล และมรรษกร เชื้อทองฮั่ว (2566) พบว่า ปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคมีบทบาทสำคัญต่อการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์ โดยเฉพาะปัจจัยด้านอัตราแลกเปลี่ยน ราคาน้ำมัน และดัชนีความผันผวนของตลาดการเงิน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและทิศทางของตลาดทุน นอกจากนี้ สุภมล ดวงตา, กัสมา กาซ็อน และพีระพล ศรีวิชัย (2566) พบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาค โดยเฉพาะอัตราแลกเปลี่ยนและผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สะท้อนว่าตลาดทุนไทยได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างมีนัยสำคัญ โดยภาพรวม งานวิจัยที่ผ่านมาให้ผลลัพธ์ที่ไม่เป็นเอกฉันท์ กล่าวคือ บางการศึกษาพบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญระหว่างตัวแปรเศรษฐกิจมหภาคกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ขณะที่บางการศึกษาไม่พบความสัมพันธ์ที่ชัดเจน ซึ่งสะท้อนถึงความซับซ้อนของตลาดทุนไทย อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ยังมีข้อจำกัด เช่น การใช้ข้อมูลรายปีหรือรายไตรมาสที่ไม่สามารถสะท้อนความผันผวนระยะสั้น การไม่ครอบคลุมช่วงวิกฤตสำคัญอย่างการแพร่ระบาดของโควิด-19 และการขาดการวิเคราะห์ข้อมูลในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง

ในช่วงปี พ.ศ. 2557-2566 เศรษฐกิจไทยเผชิญกับเหตุการณ์สำคัญหลายประการ เช่น ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และการปรับทิศทางการเงินของประเทศหลัก เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ทั้งอัตราดอกเบี้ยนโยบาย อัตราเงินเฟ้อ และดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความผันผวนอย่างมีนัยสำคัญ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566; สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยใช้ข้อมูลรายเดือนในช่วงเวลายาวและครอบคลุมทั้งภาวะปกติและภาวะวิกฤตยังมีจำนวนจำกัด

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2557-2566 โดยใช้ข้อมูลรายเดือนและวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ เพื่อให้ได้ข้อค้นพบเชิงประจักษ์ที่สามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายการเงิน การตัดสินใจลงทุนในตลาดทุนไทย และการเรียนการสอนด้านเศรษฐศาสตร์การเงินในระดับอุดมศึกษา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2557-2566
2. เพื่อเปรียบเทียบทิศทางและขนาดของอิทธิพลของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายการเงินและการติดตามภาวะเศรษฐกิจ
3. ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจลงทุนและการวิเคราะห์ตลาดทุนของผู้ลงทุนและภาคธุรกิจ
4. สามารถนำไปใช้เป็นกรณีศึกษาในการเรียนการสอนด้านเศรษฐศาสตร์การเงินและการลงทุน

สมมติฐานการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยเพื่อทดสอบผลกระทบระหว่างตัวแปรทางเศรษฐกิจมหภาคกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนี้

H1: อัตราดอกเบี้ยนโยบายมีผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

H2: อัตราเงินเฟ้อมีผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานดังกล่าวถูกกำหนดขึ้นเพื่อทดสอบเชิงสถิติว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคที่สำคัญสามารถอธิบายการเคลื่อนไหวของตลาดทุนไทยได้หรือไม่ ภายใต้กรอบการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคกับตลาดทุนเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องในสาขาเศรษฐศาสตร์การเงินและการลงทุน เนื่องจากตลาดหลักทรัพย์ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการสะท้อนภาวะเศรษฐกิจ ความคาดหวังของนักลงทุน และแนวโน้มการเติบโตของภาคธุรกิจในอนาคต (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566) การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรเศรษฐกิจมหภาค เช่น อัตราดอกเบี้ยและอัตราเงินเฟ้อ จึงมีบทบาทโดยตรงต่อการกำหนดมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงินและพฤติกรรมการลงทุนในตลาดทุน (Fisher, 1930; Fama, 1981) จากกรอบแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์การเงินสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเศรษฐกิจมหภาคกับตลาดทุนผ่านหลายทฤษฎีสำคัญ โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างอัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย และราคาหลักทรัพย์ ตามแนวคิดของ Fisher (1930) หรือที่เรียกว่า Fisher effect อธิบายว่าอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงและอัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์กัน โดยอัตราดอกเบี้ยที่เป็นตัวเงินจะสะท้อนการคาดการณ์เงินเฟ้อในอนาคต ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนและการกำหนดมูลค่าสินทรัพย์ทางการเงิน

นอกจากนี้ แนวคิดการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ (Stock valuation model) ของ Williams (1938) อธิบายว่า ราคาหลักทรัพย์ขึ้นอยู่กับมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดในอนาคต (Present value of expected cash flows) ซึ่งได้รับอิทธิพลจากอัตราดอกเบี้ยและความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยจึงส่งผลกระทบต่อราคาหุ้นผ่านการเปลี่ยนแปลงของอัตราคิดลด (Discount rate) ในขณะเดียวกัน Bodie (1976) เสนอแนวคิด Inflation hedge hypothesis โดยอธิบายว่า หุ้นสามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือป้องกันความเสี่ยงจากเงินเฟ้อในระยะยาว เนื่องจากรายได้ของบริษัทสามารถปรับตัวตามระดับราคาสินค้าและบริการในระบบเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจไม่เป็นไปตามทฤษฎีในทุกช่วงเวลา เนื่องจากตลาดทุนมีลักษณะเป็นตลาดที่มีประสิทธิภาพ (Efficient Market Hypothesis: EMH) ซึ่งนักลงทุนสามารถรับรู้ข้อมูลและสะท้อนข้อมูลเข้าสู่ราคาหุ้นได้อย่างรวดเร็ว (Fama, 1970) ส่งผลให้ผลกระทบของปัจจัยทางเศรษฐกิจบางประการอาจไม่ปรากฏอย่างชัดเจนในเชิงสถิติ ในเชิงทฤษฎี นโยบายการเงินและภาวะระดับราคามีอิทธิพลต่อทั้งต้นทุนทางการเงิน กระแสเงินสดของภาคธุรกิจ และการประเมินความเสี่ยงของนักลงทุน ส่งผลให้ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรดังกล่าวผ่านหลายช่องทาง จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในประเด็นนี้สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ (1) งานวิจัยเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยนโยบายกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2) งานวิจัยเกี่ยวกับอัตราเงินเฟ้อกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ (3) งานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคร่วมกันที่มีผลต่อตลาดทุน (สถาพร เพชรประดับ และอุราภรณ์ รักมิตร, 2567)

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยนโยบายกับตลาดทุน

อัตราดอกเบี้ยนโยบายเป็นเครื่องมือสำคัญของธนาคารกลางในการดำเนินนโยบายการเงิน ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนทางการเงิน การลงทุน และการกำหนดมูลค่าสินทรัพย์ในตลาดทุน โดยสามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิด Present value theory ตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเงิน อัตราดอกเบี้ยถือเป็นต้นทุนของเงินทุน (Cost of capital) และเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดในอนาคตของกิจการ การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยส่งผลโดยตรงต่อกระบวนการคิดลดกระแสเงินสด (Discounted cash flow) ซึ่งใช้ในการประเมินมูลค่าหุ้น กล่าวคือ เมื่ออัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น อัตราคิดลดจะสูงขึ้น ส่งผลให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดในอนาคตลดลง และกดดันให้ราคาหุ้นปรับตัวลดลง ในทางกลับกัน ตามทฤษฎีการลงทุนและตลาดทุน การปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายส่งผลให้ต้นทุนเงินทุนของภาคธุรกิจลดลง ขณะเดียวกันยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจของการลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยง ส่งผลให้มูลค่าหลักทรัพย์และสินทรัพย์ทางการเงินมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น (สถาพร เพชรประดับ และอุราภรณ์ รักมิตร, 2567)

ในบริบทของนโยบายการเงิน อัตราดอกเบี้ยนโยบายเป็นเครื่องมือหลักที่ธนาคารกลางใช้ในการกำหนดทิศทางเศรษฐกิจ โดยการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบายจะส่งผลกระทบต่ออัตราดอกเบี้ยในตลาดการเงิน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของภาคเอกชน และการตัดสินใจลงทุนของภาคธุรกิจ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) นอกจากนี้ การตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ข้อมูล ความรู้ด้านการลงทุน และความเชื่อมั่นต่อระบบการลงทุน (ชาตรี จันทร์เจริญฤทธิ์, 2566)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยจำนวนหนึ่งชี้ให้เห็นว่า ผลของอัตราดอกเบี้ยนโยบายต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอาจไม่เกิดขึ้นในลักษณะทันทีทันใด เนื่องจากตลาดทุนมีลักษณะเป็นตลาดที่มองไปข้างหน้า

(Forward-Looking Market) นักลงทุนมักรับรู้และสะท้อนข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายการเงินที่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าลงในราคาหลักทรัพย์แล้ว จึงทำให้การประกาศเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยนโยบายอย่างเป็นทางการอาจไม่ส่งผลต่อราคาหุ้นอย่างชัดเจนในช่วงเวลา (Fama. 1970; Fama. 1981)

จากกรอบแนวคิดดังกล่าว งานวิจัยในประเทศไทยได้ใช้อัตราดอกเบี้ยเป็นตัวแปรสำคัญในการอธิบายการเคลื่อนไหวของตลาดหุ้น โดยพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอัตราดอกเบี้ยกับดัชนีราคาหุ้นมีความซับซ้อนและอาจแตกต่างกันไปตามบริบททางเศรษฐกิจและพฤติกรรมของนักลงทุน (สถาพร เพชรประดับ และอรุณรัตน์ รักมิตร. 2567) โดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจเผชิญความไม่แน่นอนสูงหรือมีเหตุการณ์ภายนอกเข้ามากระทบ เช่น วิกฤตการเงินหรือความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจลดทอนบทบาทของอัตราดอกเบี้ยต่อการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2566)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอัตราเงินเฟ้อกับตลาดหุ้น

อัตราเงินเฟ้อเป็นตัวแปรเศรษฐกิจมหภาคที่สะท้อนระดับราคาสินค้าและบริการในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลต่อกำไรของภาคธุรกิจ ความสามารถในการบริโภค และความคาดหวังของนักลงทุน โดยสามารถอธิบายผ่าน Fisher effect และ Inflation hedge hypothesis อัตราเงินเฟ้อเป็นตัวชี้วัดสำคัญของเสถียรภาพด้านราคาและสะท้อนภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2566) ในเชิงทฤษฎี ความสัมพันธ์ระหว่างเงินเฟ้อกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสามารถอธิบายได้หลายแนวทาง แนวคิดดั้งเดิมมองว่า เงินเฟ้อที่เพิ่มสูงขึ้นจะลดอำนาจซื้อของเงิน เพิ่มต้นทุนการผลิต และสร้างความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจส่งผลเชิงลบต่อกำไรของบริษัทและราคาหุ้น (Bodie. 1976; Fama. 1981)

อย่างไรก็ตาม แนวคิดเชิงเศรษฐศาสตร์สมัยใหม่เสนอว่า เงินเฟ้อในระดับต่ำถึงปานกลางอาจสะท้อนถึงการขยายตัวของเศรษฐกิจและอุปสงค์รวมที่เพิ่มขึ้น ซึ่งช่วยสนับสนุนรายได้และผลกำไรของบริษัทจดทะเบียน ส่งผลให้ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตอบสนองในเชิงบวกต่อเงินเฟ้อในช่วงเวลา Fama (1981) เสนอสมมติฐาน “Proxy hypothesis” ซึ่งอธิบายว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเงินเฟ้อและดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอาจไม่ได้เกิดจากเงินเฟ้อโดยตรง แต่เกิดจากการที่เงินเฟ้อทำหน้าที่เป็นตัวแทนของการเติบโตทางเศรษฐกิจ

ในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา ความสัมพันธ์ระหว่างเงินเฟ้อกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอาจมีความแตกต่างจากประเทศพัฒนาแล้ว เนื่องจากโครงสร้างเศรษฐกิจ ระดับการแข่งขัน และบทบาทของภาครัฐที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลให้กลไกการส่งผ่านของปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคต่อราคาหลักทรัพย์แตกต่างกันด้วย (Humpe and Macmillan. 2009) งานวิจัยจำนวนหนึ่งพบว่า เงินเฟ้ออาจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตลาดหลักทรัพย์ในช่วงที่เศรษฐกิจอยู่ในระยะฟื้นตัวหรือขยายตัว เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของระดับราคาสินค้าอาจสะท้อนถึงการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและผลประกอบการของภาคธุรกิจ (Fama. 1981) แต่จะส่งผลเชิงลบเมื่อเงินเฟ้ออยู่ในระดับสูงและสร้างความไม่แน่นอนต่อระบบเศรษฐกิจ (Bodie. 1976)

สำหรับประเทศไทย งานวิจัยที่ผ่านมาให้ผลลัพธ์ที่หลากหลาย โดยบางการศึกษาพบว่าปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคมีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์ โดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจอยู่ในภาวะฟื้นตัวหรือขยายตัว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของภาวะเศรษฐกิจต่อความเชื่อมั่นและการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน (ผาณิตา ยศพล และมรรษกร เชื้อทองฮั่ว. 2566) ขณะที่บางการศึกษาพบว่า อัตราเงินเฟ้ออาจไม่มีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวของราคาหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผลกระทบของเงินเฟ้ออาจขึ้นอยู่กับลักษณะของ

อุตสาหกรรมและบริบททางเศรษฐกิจในช่วงเวลาที่ศึกษา (พรจรัส เอกอมรปัญญา และ ณัฐวุฒิ คุ้มฉนวนเจริญชัย. 2566) ความไม่เป็นเอกฉันท์ของผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเงินเฟ้อกับตลาดทุนมีความซับซ้อนและขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่ศึกษา จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสังเคราะห์ได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราเงินเฟ้อกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีลักษณะไม่ตายตัว แต่ขึ้นอยู่กับบริบทเศรษฐกิจ ระดับเงินเฟ้อ และความคาดหวังของนักลงทุนในแต่ละช่วงเวลา

3. งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคและตลาดทุน

งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคและตลาดทุนส่วนใหญ่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางเศรษฐกิจมหภาคกับการเคลื่อนไหวของตลาดหลักทรัพย์ ผ่านกรอบแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์การเงินและแบบจำลองทางเศรษฐมิติที่หลากหลาย แม้ว่างานวิจัยที่ผ่านมาได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคกับตลาดทุนอย่างต่อเนื่อง แต่ผลการศึกษายังไม่เป็นเอกฉันท์ และยังมีข้อจำกัดในด้านช่วงเวลาศึกษา ความถี่ของข้อมูล และตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ งานวิจัยจำนวนมากได้ศึกษาผลกระทบของปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคหลายตัวที่มีต่อการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติที่หลากหลาย เช่น แบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ แบบจำลอง VAR และแบบจำลอง ARDL (Chen, Roll and Ross. 1986; Mukherjee and Naka. 1995) งานวิจัยในต่างประเทศพบว่า ตัวแปรเศรษฐกิจมหภาค เช่น อัตราดอกเบี้ย เงินเฟ้อ และการเติบโตทางเศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อผลตอบแทนของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยผ่านหลายช่องทาง ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนเงินทุน (Cost of capital) การปรับตัวของกระแสเงินสดในอนาคตของกิจการ และการเปลี่ยนแปลงของความคาดหวังและความเชื่อมั่นของนักลงทุน ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาลักษณะหลักทรัพย์ในตลาดทุน (Fama. 1981; Chen, Roll and Ross. 1986; Mukherjee and Naka. 1995)

สำหรับประเทศไทย งานวิจัยหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่า ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากทั้งปัจจัยภายในประเทศ เช่น นโยบายการเงิน เงินเฟ้อ และการเติบโตของเศรษฐกิจ รวมถึงปัจจัยภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจโลกและกระแสเงินทุนเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศ ผลการศึกษาดังกล่าวสนับสนุนการใช้แบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเศรษฐกิจมหภาคและตลาดทุนในบริบทของประเทศไทย (พรจรัส เอกอมรปัญญา และ ณัฐวุฒิ คุ้มฉนวนเจริญชัย. 2566; ธนากรแห่งประเทศไทย. 2566)

ดังนั้น ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงเป็นตัวแปรที่สะท้อนทั้งปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจและพฤติกรรมของนักลงทุน

4. ช่องว่างของงานวิจัยและความเชื่อมโยงกับการศึกษานี้

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สามารถสังเคราะห์ได้ว่า อัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อมีบทบาทเชื่อมโยงกันในเชิงระบบผ่านกลไกการส่งผ่านนโยบายการเงิน (Monetary policy transmission mechanism) โดยการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบายจะส่งผลต่ออัตราดอกเบี้ยในตลาดการเงิน ต้นทุนเงินทุน และการตัดสินใจลงทุนของภาคธุรกิจ ขณะที่อัตราเงินเฟ้อมีผลต่อกำลังซื้อ ความคาดหวังของนักลงทุน และการกำหนดนโยบายการเงิน กลไกดังกล่าวส่งผลกระทบต่อมูลค่าหลักทรัพย์ผ่านการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดในอนาคต อัตราคิดลด และความเชื่อมั่นของนักลงทุน ซึ่งสะท้อนออกมาในรูปของการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ายังมีช่องว่างของงานวิจัยในประเด็นการศึกษาผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

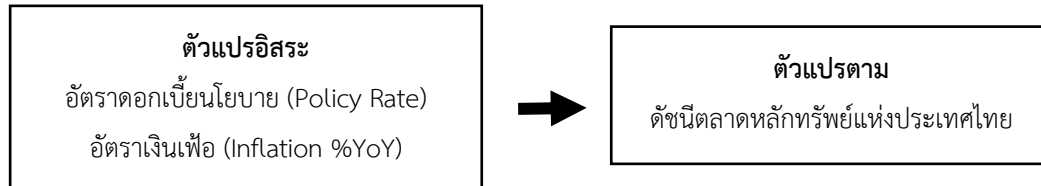
โดยเฉพาะการใช้ข้อมูลรายเดือนในช่วงเวลาที่ยาวและครอบคลุมทั้งภาวะเศรษฐกิจปกติและภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวนสูง เช่น ช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และช่วงการปรับนโยบายการเงินของประเทศหลัก (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566)

นอกจากนี้ ยังพบว่าการศึกษาเชิงประจักษ์ที่วิเคราะห์ผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยใช้ข้อมูลรายเดือนอย่างต่อเนื่องยังมีจำนวนจำกัด ส่งผลให้ยังขาดหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวในบริบทเศรษฐกิจไทยได้อย่างชัดเจน

ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยทดสอบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาค ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อ มีผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือไม่ และมีทิศทางความสัมพันธ์อย่างไร โดยใช้แบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์จะนำเสนอในบทที่ 4 และสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบาย การตัดสินใจลงทุน และการศึกษาทางวิชาการในอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์การเงิน อัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อส่งผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ผ่านกลไกต้นทุนเงินทุน อัตราคิดลด และความคาดหวังของนักลงทุน ซึ่งสะท้อนผ่านการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ในรูปแบบอนุกรมเวลา (Time series) รายเดือน เพื่อศึกษาผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้ การเลือกใช้ข้อมูลรายเดือนช่วยให้สามารถสะท้อนความผันผวนและการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจและตลาดทุนได้ละเอียดกว่าข้อมูลรายไตรมาสหรือรายปี

2. ประชากร ขอบเขต และช่วงเวลาการศึกษา

ขอบเขตการศึกษาครอบคลุมข้อมูลรายเดือนตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2557 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 รวมทั้งสิ้น 120 ชุดข้อมูลรายเดือน โดยกำหนดให้ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นตัวแปรตาม และกำหนดให้อัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อเป็นตัวแปรอิสระ เพื่อสะท้อนผลของนโยบายการเงินและภาวะระดับราคาต่อการเคลื่อนไหวของตลาดทุนไทยในช่วงเวลาที่ครอบคลุมทั้งภาวะเศรษฐกิจปกติและภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวนสูง

3. แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลทุติยภูมิรายเดือน โดยมีแหล่งที่มาอย่างเป็นทางการดังนี้

3.1 ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้ข้อมูลค่าดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ ราคาปิดสิ้นเดือน (End-of-month closing index) ซึ่งสะท้อนระดับราคาของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยรวมในแต่ละเดือน โดยข้อมูลได้จาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผ่านฐานข้อมูลสถิติของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3.2 อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (Policy rate) ใช้ข้อมูลอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่ประกาศโดย ธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นอัตราดอกเบี้ยอ้างอิงหลักในการดำเนินนโยบายการเงินของประเทศ โดยข้อมูลได้จากฐานข้อมูลสถิติของธนาคารแห่งประเทศไทย หมวดอัตราดอกเบี้ย (Policy rate)

3.3 อัตราเงินเฟ้อ (Inflation) ใช้อัตราเงินเฟ้อทั่วไป วัดจากอัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index: CPI) แบบร้อยละเมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน โดยข้อมูลได้จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (National Statistical Office: NSO) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการจัดทำสถิติด้านระดับราคาของประเทศ

ข้อมูลทั้งหมดถูกจัดเตรียมให้อยู่ในรูปแบบข้อมูลรายเดือนตลอดช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 เพื่อให้มีความสอดคล้องกันในการวิเคราะห์เชิงปริมาณและสามารถสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจและตลาดทุนไทยในแต่ละช่วงเวลาได้อย่างเหมาะสม

4. นิยามเชิงปฏิบัติการของตัวแปร

4.1 ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET index) คือ ค่าดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ สิ้นเดือน (หน่วย: จุด) ใช้เป็นตัวแทนระดับราคาดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยรวม

4.2 อัตราดอกเบี้ยนโยบาย (PR) คือ อัตราดอกเบี้ยนโยบายที่ประกาศโดยธนาคารแห่งประเทศไทยในแต่ละเดือน (หน่วย: ร้อยละต่อปี)

4.3 อัตราเงินเฟ้อ (INF) คือ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปวัดจาก CPI แบบร้อยละเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน (หน่วย: ร้อยละ)

5. แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple linear regression) เพื่อประเมินผลกระทบของตัวแปรอิสระ 2 ตัวต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้วิธีประมาณค่าแบบกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) สามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$SET_t = \beta_0 + \beta_1 PR_t + \beta_2 INF_t + \varepsilon_t$$

โดยที่

SET_t คือ ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ณ เดือน t

PR_t คือ อัตราดอกเบี้ยนโยบาย ณ เดือน t

INF_t คือ อัตราเงินเฟ้อ ณ เดือน t

β_0 คือ ค่าคงที่ของสมการ

β_1, β_2 คือ สัมประสิทธิ์ที่สะท้อนผลกระทบของตัวแปรอิสระต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ε_t คือ ค่าคลาดเคลื่อน (Error term)

6. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและเกณฑ์การตัดสินผล

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม IBM SPSS Statistics โดยมีขั้นตอนสำคัญดังนี้

6.1 วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อสรุปลักษณะข้อมูลของตัวแปร เช่น ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

6.2 ประเมินค่าแบบจำลองถดถอยเชิงเส้นพหุคูณด้วยวิธี OLS

6.3 ประเมินความเหมาะสมของแบบจำลองด้วยค่า R , R^2 และ Adjusted R^2

6.4 ทดสอบนัยสำคัญของแบบจำลองโดยรวมด้วยสถิติ F-test (จากตาราง ANOVA)

6.5 ทดสอบนัยสำคัญของตัวแปรอิสระรายตัวด้วยสถิติ t-test โดยพิจารณาค่า Sig. (p-value) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

นอกจากนี้ เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือในเชิงเศรษฐมิติ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลอนุกรมเวลา (Time series properties) พิจารณาความนิ่งของข้อมูลจากลักษณะการเคลื่อนไหวของข้อมูลอนุกรมเวลาและอ้างอิงแนวทางจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และความเหมาะสมของการใช้แบบจำลอง รวมทั้งได้ตรวจสอบปัญหาทางเศรษฐมิติที่สำคัญ ได้แก่ การทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) การทดสอบ Autocorrelation โดยใช้ค่า Durbin-Watson (DW) และการพิจารณาลักษณะการกระจายของค่าคลาดเคลื่อนเพื่อประเมินปัญหา Heteroskedasticity

ทั้งนี้ เนื่องจากข้อจำกัดของโปรแกรม SPSS ในการทดสอบ Unit root โดยตรง ผู้วิจัยจึงพิจารณาความนิ่งของข้อมูลจากลักษณะการเคลื่อนไหวของข้อมูลอนุกรมเวลาและอ้างอิงแนวทางจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลรายเดือนในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2557 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ครอบคลุมทั้งภาวะเศรษฐกิจปกติและช่วงที่เศรษฐกิจมีความผันผวนสูง เช่น ช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และช่วงการปรับทิศทางนโยบายการเงินของประเทศหลัก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple linear regression) สามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ตารางที่ 1 สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรการวิจัย

ตัวแปร	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SET index	120	1125.86	1830.13	1541.2353	137.40668
Policy Rate	120	.50	2.50	1.3708	.56415
Inflation	120	-3.44	7.86	1.1357	2.10401
Valid N (listwise)	120				

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 1 พบว่า ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1,541 จุด โดยมีช่วงการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ 1,125.86 จุด ถึง 1,830.13 จุด ซึ่งสะท้อนถึงระดับความผันผวนของตลาดหุ้นไทยในช่วงเวลาที่ศึกษา ความผันผวนดังกล่าวอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงเหตุการณ์สำคัญทางเศรษฐกิจและการเงินในช่วงเวลาดังกล่าว

ในส่วนของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย พบว่ามีค่าเฉลี่ยร้อยละ 1.37 และมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงร้อยละ 0.50 ถึง 2.50 ซึ่งสะท้อนการดำเนินนโยบายการเงินแบบผ่อนคลายเป็นช่วงและเข้มงวดสลับกันตามภาวะเศรษฐกิจ ขณะที่อัตราเงินเฟ้อ มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 1.14 และมีช่วงการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างกว้างตั้งแต่ร้อยละ -3.44 ถึง 7.86 แสดงให้เห็นถึงความผันผวนของระดับราคาสินค้าและบริการ โดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจเผชิญภาวะด้านอุปสงค์และอุปทาน

โดยภาพรวม สถิติเชิงพรรณนาชี้ให้เห็นว่าตัวแปรเศรษฐกิจมหภาคและตัวแปรตลาดทุนที่ใช้ในการศึกษา มีความผันผวนตามลักษณะของข้อมูลอนุกรมเวลา ซึ่งเหมาะสมต่อการนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงปริมาณด้วยแบบจำลองการถดถอย

2. ผลการตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลและเงื่อนไขของแบบจำลอง OLS

ก่อนการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลและเงื่อนไขเบื้องต้นของการใช้แบบจำลอง OLS เพื่อประเมินความเหมาะสมของข้อมูลในการวิเคราะห์ ได้แก่ การตรวจสอบปัญหา Multicollinearity, Autocorrelation และเงื่อนไขเบื้องต้นของข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง OLS ผลการตรวจสอบพบว่า ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 10 และค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.10 แสดงว่าไม่พบปัญหา Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระ นอกจากนี้ ผลการตรวจสอบค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 0.260 ซึ่งอาจสะท้อนถึงความเป็นไปได้ของปัญหา Autocorrelation ในข้อมูลอนุกรมเวลา ดังนั้น ผลการศึกษาจึงควรตีความด้วยความระมัดระวัง

อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเส้นเบื้องต้นด้วยแบบจำลอง OLS เพื่อศึกษาทิศทางและอิทธิพลของตัวแปรเศรษฐกิจมหภาคต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบจำลอง

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของแบบจำลอง (Model summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-watson
1	.442 ^a	.196	.182	124.27803	.260

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 2 พบว่า แบบจำลองมีค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.182 แสดงว่าตัวแปรอิสระ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ประมาณร้อยละ 18.2 หลังจากปรับค่าตามจำนวนตัวแปรและจำนวนข้อมูล ซึ่งสะท้อนว่าแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ค่า Adjusted R² ดังกล่าวยังบ่งชี้ว่ายังมีปัจจัย

อื่นที่ไม่ได้รวมอยู่ในแบบจำลอง ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เช่น ผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียน ความเชื่อมั่นของนักลงทุน สถานการณ์เศรษฐกิจโลก และปัจจัยทางการเมือง

ในส่วนของค่า Durbin-Watson ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.260 พบว่ามีค่าค่อนข้างต่ำ อาจสะท้อนถึงปัญหาความสัมพันธ์กันของค่าคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ในข้อมูลอนุกรมเวลา อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเส้นเบื้องต้นระหว่างตัวแปรทางเศรษฐกิจมหภาคกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้น ผลการวิเคราะห์ยังสามารถใช้อธิบายแนวโน้มความสัมพันธ์เบื้องต้นระหว่างตัวแปรได้ อาจส่งผลให้ค่าประมาณมีความเอนเอียงบางส่วน จึงควรตีความผลด้วยความระมัดระวัง และควรมีการพัฒนาแบบจำลองเพิ่มเติมในอนาคต เช่น การใช้แบบจำลองอนุกรมเวลา เพื่อเพิ่มความแม่นยำของผลการศึกษา

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	439722.615	2	219861.307	14.235	.000 ^b
1 Residual	1806066.275	117	15445.029		
Total	2246791.020	119			

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า แบบจำลองการถดถอยโดยรวมมีค่า F เท่ากับ 14.235 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ เมื่อพิจารณาอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อร่วมกัน ตัวแปรอิสระทั้งสองสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และแบบจำลองโดยรวมมีความเหมาะสมในการใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร

4. ผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2557-2566

ตารางที่ 4 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและการตรวจสอบ Multicollinearity

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Collinearity	Statistics
	Coefficients		Coefficients					
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
(Constant)	1470.650	32.228			45.627	.000		
Inflation	29.468	5.528	.451		5.331	.000	.959	1.043
Policy Rate	26.992	20.621	.111		1.309	.193	.959	1.043

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4 พบว่า อัตราเงินเฟ้อมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 29.468 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าอัตราเงินเฟ้อมีผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ เมื่ออัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นประมาณ 29.468 จุด ภายใต้เงื่อนไขที่ตัวแปรอื่นคงที่ ในขณะที่อัตราดอกเบี้ยนโยบายมีค่า Sig. เท่ากับ 0.193 ซึ่งสูงกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงสรุปได้ว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบายไม่มีผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในช่วงเวลาที่ศึกษา

ผลลัพธ์ดังกล่าวอาจสะท้อนว่าตลาดหุ้นไทยมีลักษณะเป็นตลาดที่มองไปข้างหน้า (Forward-Looking Market) โดยนักลงทุนอาจรับรู้และสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของนโยบายการเงินเข้าสู่ราคาหลักทรัพย์ล่วงหน้าแล้ว หรืออิทธิพลของอัตราดอกเบี้ยอาจถูกกลบโดยปัจจัยทางเศรษฐกิจอื่น เช่น ภาวะเงินเฟ้อและความเชื่อมั่นของนักลงทุน

5. ผลการเปรียบเทียบทิศทางและขนาดของอิทธิพลของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์พบว่า อัตราเงินเฟ้อมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (Beta) เท่ากับ 0.451 ซึ่งสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่มีค่า Beta เท่ากับ 0.111 แสดงให้เห็นว่าอัตราเงินเฟ้อมีอิทธิพลต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมากกว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบายอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ทิศทางของอิทธิพลพบว่า ทั้งอัตราเงินเฟ้อและอัตราดอกเบี้ยนโยบายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างไรก็ตาม มีเพียงอัตราเงินเฟ้อเท่านั้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของภาวะเงินเฟ้อในการขับเคลื่อนตลาดหุ้นไทยในช่วงเวลาที่ศึกษา ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับลักษณะของตลาดหุ้นในประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งปัจจัยด้านเงินเฟ้อมีบทบาทต่อการคาดการณ์ผลประโยชน์และการเติบโตทางเศรษฐกิจมากกว่านโยบายการเงินในระยะสั้น

6. สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้ สมมติฐานที่ 1 ซึ่งระบุว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบายมีผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่ได้รับการสนับสนุน เนื่องจากไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สมมติฐานที่ 2 ซึ่งระบุว่าอัตราเงินเฟ้อมีผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยสรุป ผลการวิจัยสะท้อนในเบื้องต้นว่าในช่วงปี พ.ศ. 2557-2566 การเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับอัตราเงินเฟ้อมากกว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทของภาวะเงินเฟ้อในการกำหนดทิศทางของตลาดหุ้นไทยในช่วงเวลาที่ศึกษา ทั้งนี้ ผลการศึกษาดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นประเด็นในการอภิปรายเชิงลึกเกี่ยวกับกลไกการส่งผ่านของปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคต่อตลาดหุ้น

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2557-2566 พบว่า แบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณที่ใช้ในการศึกษามีความเหมาะสมและมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Arbitrage Pricing Theory (APT) ที่อธิบายว่าผลตอบแทนของ

หลักทรัพย์ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคหลายด้านร่วมกัน และปัจจัยเหล่านี้สามารถส่งผลกระทบต่อราคาลิขสิทธิ์ในตลาดหุ้นได้ (Chen, Roll and Ross. 1986)

ผลการศึกษาที่พบว่าอัตราเงินเฟ้อมีผลเชิงบวกต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถอธิบายเชิงกลไกได้ว่า เงินเฟ้อในระดับต่ำถึงปานกลางมักสะท้อนการขยายตัวของอุปสงค์รวม ทำให้รายได้และกำไรของบริษัทจดทะเบียนเพิ่มขึ้น ซึ่งถูกสะท้อนผ่านราคาลิขสิทธิ์และดัชนีตลาด นอกจากนี้ เงินเฟ้อยังส่งผลกระทบต่อ “ความคาดหวังกำไรในอนาคต” ของนักลงทุน จึงเร่งการปรับพอร์ตลงทุนไปยังสินทรัพย์เสี่ยงมากขึ้นผลดังกล่าวสอดคล้องกับ Fama (1981) ที่เสนอว่าความสัมพันธ์ระหว่างเงินเฟ้อกับตลาดหุ้นสะท้อนผ่านกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และสอดคล้องกับ Mukherjee and Naka (1995) และ Humpe and Macmillan (2009) ในช่วงเศรษฐกิจฟื้นตัว

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิดของ Fama (1981) ที่เสนอว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเงินเฟ้อกับตลาดหลักทรัพย์อาจเป็นไปในทิศทางบวกในบางช่วงเวลา โดยเฉพาะเมื่อการเพิ่มขึ้นของระดับราคาสินค้าสะท้อนถึงการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและผลประกอบการของภาคธุรกิจ ส่งผลให้ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ปรับตัวเพิ่มขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวหรือขยายตัว อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์ดังกล่าวแตกต่างจากบางการศึกษาที่พบว่า เงินเฟ้ออาจส่งผลเชิงลบต่อราคาหุ้นเมื่อระดับเงินเฟ้ออยู่ในระดับสูงและก่อให้เกิดความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและความสามารถในการทำกำไรของภาคธุรกิจ (Bodie. 1976; Fama. 1981) สะท้อนให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างเงินเฟ้อกับตลาดหลักทรัพย์อาจแตกต่างกันไปตามบริบททางเศรษฐกิจ ระดับเงินเฟ้อ และช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

ในทางตรงกันข้าม ผลการศึกษาพบว่า อัตราดอกเบี้ยนโยบายไม่มีผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลลัพธ์ดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดของตลาดทุนที่มีประสิทธิภาพ (Efficient Market Hypothesis: EMH) ซึ่งเสนอว่าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการเงินและแนวโน้มอัตราดอกเบี้ยอาจถูกสะท้อนอยู่ในราคาลิขสิทธิ์ล่วงหน้าแล้ว นักลงทุนจึงสามารถปรับพอร์ตการลงทุนตามความคาดหวังเกี่ยวกับนโยบายการเงินก่อนการประกาศอย่างเป็นทางการ ส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไม่ส่งผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์อย่างชัดเจนในเชิงสถิติ (Fama. 1970) ประเด็นนี้สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ด้วยทฤษฎี Efficient market hypothesis ของ Fama (1970) ซึ่งระบุว่าราคาลิขสิทธิ์สะท้อนข้อมูลที่มีอยู่แล้วอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ผลของนโยบายการเงินไม่ปรากฏในเชิงสถิติ นอกจากนี้ แนวคิด Behavioral Finance ยังชี้ว่าพฤติกรรมและความคาดหวังของนักลงทุนอาจมีบทบาทสำคัญมากกว่าปัจจัยพื้นฐานบางประการในระยะสั้น

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้แตกต่างจากผลการศึกษาบางส่วนที่พบว่าอัตราดอกเบี้ยมีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวของตลาดหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ความแตกต่างดังกล่าวอาจเกิดจากความแตกต่างของช่วงเวลาศึกษา ความถี่ของข้อมูล ลักษณะของตลาดทุน ตลอดจนบริบททางเศรษฐกิจและนโยบายการเงินในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งอาจส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราดอกเบี้ยกับตลาดหลักทรัพย์แตกต่างกันไป (Chen, Roll and Ross. 1986; Mukherjee and Naka. 1995) โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2557-2566 ซึ่งเศรษฐกิจไทยเผชิญเหตุการณ์สำคัญ เช่น การแพร่ระบาดของโควิด-19 และการปรับทิศทางนโยบายการเงินของประเทศหลัก (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2566)

โดยภาพรวม ผลการวิจัยสะท้อนว่า ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงเวลาดังกล่าวมีความอ่อนไหวต่อภาวะเงินเฟ้อมากกว่าการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ซึ่งตอกย้ำบทบาทของภาวะเศรษฐกิจและระดับราคาต่อการกำหนดความคาดหวังของนักลงทุนในตลาดหุ้นไทย อย่างไรก็ตาม แบบจำลองที่ใช้ใน

การศึกษาครั้งนี้สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ในระดับร้อยละ 18.2 ($\text{Adjusted } R^2 = 0.182$) ซึ่งสะท้อนว่ายังมีปัจจัยอื่นที่ไม่ได้รวมอยู่ในแบบจำลอง อาทิ ผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (GDP) อัตราแลกเปลี่ยน ความเชื่อมั่นของนักลงทุน และปัจจัยเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวของตลาดหุ้นไทย ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรพิจารณาเพิ่มตัวแปรอิสระดังกล่าวเพื่อเพิ่มอำนาจในการอธิบายและพยากรณ์ของแบบจำลองให้มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ในเชิงปฏิบัติ ผู้กำหนดนโยบายควรติดตามเงินเพื่อเชื่อกาการณ์ (Expected Inflation) ควบคู่กับเครื่องมือสื่อสารนโยบาย (Forward Guidance) เพื่อลดความไม่แน่นอนในตลาด ขณะที่นักลงทุนควรพิจารณาปรับพอร์ตโดยเพิ่มสัดส่วนสินทรัพย์ที่ได้ประโยชน์จากเงินเฟ้อ เช่น กลุ่มพลังงาน สินค้าโภคภัณฑ์ และหุ้นที่มีอำนาจกำหนดราคา (Pricing power) พร้อมทั้งกระจายความเสี่ยงระหว่างอุตสาหกรรม

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยนโยบายและอัตราเงินเฟ้อต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายเดือนในช่วงปี พ.ศ. 2557-2566 และวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า

1. แบบจำลองการถดถอยโดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีค่า $\text{Adjusted } R^2$ เท่ากับ 0.182 ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ในระดับที่ยอมรับได้สำหรับการศึกษาตลาดหุ้น
2. อัตราเงินเฟ้อมีผลกระทบเชิงบวกต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
3. อัตราดอกเบี้ยนโยบายไม่พบว่ามีผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในช่วงเวลาที่ศึกษา

โดยภาพรวม ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงเวลาดังกล่าวมีความอ่อนไหวต่อภาวะเงินเฟ้อมากกว่าการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ซึ่งสะท้อนบทบาทของภาวะเศรษฐกิจและระดับราคาในการกำหนดความคาดหวังและการตัดสินใจลงทุนในตลาดหุ้นไทย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถเสนอข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 หน่วยงานที่กำหนดนโยบายเศรษฐกิจและนโยบายการเงินควรให้ความสำคัญกับเสถียรภาพด้านราคา โดยเฉพาะการควบคุมอัตราเงินเฟ้อให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและไม่ผันผวนเกินไป เช่น การดำเนินนโยบายการเงินแบบค่อยเป็นค่อยไป (Gradual adjustment) และการสื่อสารนโยบาย (Forward guidance) อย่างชัดเจน เพื่อช่วยลดความไม่แน่นอนในตลาดหุ้นและเสริมสร้างความเชื่อมั่นของนักลงทุนในระยะยาว

1.2 นักลงทุนควรติดตามแนวโน้มอัตราเงินเฟ้อควบคู่กับตัวแปรเศรษฐกิจอื่น เช่น อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน และภาวะเศรษฐกิจโดยรวม โดยสามารถนำข้อมูลเงินเฟ้อมาใช้ในการวางกลยุทธ์การลงทุน เช่น การเพิ่มสัดส่วนการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมที่ได้รับประโยชน์จากเงินเฟ้อ (เช่น พลังงานหรือสินค้าโภคภัณฑ์) และการกระจายความเสี่ยงของพอร์ตการลงทุนเพื่อลดผลกระทบจากความผันผวนของตลาด

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการ ได้แก่ การใช้แบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณซึ่งเป็นแบบจำลองเชิงสถิติเชิงเส้น อาจไม่สามารถสะท้อนความสัมพันธ์เชิงพลวัตหรือผลกระทบที่มีลักษณะล่าช้าของตัวแปรเศรษฐกิจมหภาคได้อย่างครบถ้วน นอกจากนี้ งานวิจัยยังใช้ตัวแปรอิสระเพียงสองตัว ซึ่งอาจไม่ครอบคลุมปัจจัยทั้งหมดที่มีผลต่อการเคลื่อนไหวของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรพิจารณาใช้แบบจำลองเชิงพลวัต เช่น VAR หรือ ARDL เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงเพิ่มตัวแปรทางเศรษฐกิจมหภาค เช่น อัตราแลกเปลี่ยน การเติบโตทางเศรษฐกิจ และกระแสเงินทุนเคลื่อนย้าย เพื่อเพิ่มความครอบคลุมและความแม่นยำของแบบจำลองในการอธิบายการเคลื่อนไหวของตลาดทุน

รายการอ้างอิง

- ชาติรี จันทรเจริญฤทธิ์. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2566). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนในการเลือกใช้บัญชีซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลผ่านศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลในประเทศไทย.” *วารสารสถาบันวิจัยญาณสังวร*. 14(2) : 49-57.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2566). *รายงานประจำปี 2566*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://media.set.or.th/set/Documents/2024/Apr/SET_Annual_Report_2023_TH.pdf. [10 มกราคม 2569].
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). *รายงานนโยบายการเงิน มีนาคม 2565*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/our-roles/monetary-policy/mpc-publication/monetary-policy-report/MPR_2565_Q1.pdf. [15 มกราคม 2569].
- _____. (2566). *รายงานภาวะเศรษฐกิจไทย ปี 2566*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/thai-economy/state-of-thai-economy/annual-report/annual-econ-report-th-2566.pdf>. [15 มกราคม 2569].
- ผาณิตา ยศพล และมรรษกร เชื้อทองฮั่ว. (พฤษภาคม 2566). “อิทธิพลของดัชนีความผันผวน ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ และปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคที่มีต่อดัชนีหลักทรัพย์หุ้นยั่งยืน (SETTHSI) ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ Hang Seng Corporate Sustainability Index (HSSUS) ของตลาดหลักทรัพย์ฮ่องกง.” *Procedia of Multidisciplinary Research*. 1(5) : 26.
- พรจรัส เอกอมรปัญญา และณัฐภูมิ คุ้มฉนวนเจริญชัย. (พฤษภาคม 2566). “ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อราคาหุ้นหมวดธุรกิจบริการรับเหมาก่อสร้างของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม.” *Procedia of Multidisciplinary Research*. 1(5) : 42.
- สถาพร เพชรประดับ และอรุณรัตน์ รักมิตร. (มกราคม-มิถุนายน 2567). “อัตราดอกเบี้ยและดัชนีราคาหุ้นเพื่อการลงทุน.” *วารสารบัญชีปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*. 9(1) : 1-11.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/statistics_and_indicators?impt_branch=321#gsc.tab=0. [15 มกราคม 2569].

- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). **ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสแรกของปี 2566 และแนวโน้มปี 2566**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/04/article_20230531172318.pdf. [15 มกราคม 2569].
- สุกมล ดวงตา, กัสมา กาซ็อน และพีระพล ศรีวิชัย. (กันยายน-ตุลาคม 2566). “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100.” **วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 6(5) : 2443-2456.
- Bodie, Z. (May 1976). “Common stocks as a hedge against inflation.” **The Journal of Finance**. 1(2): 459-470.
- Chen, N. F., Roll, R., & Ross, S. A. (July, 1986). “Economic forces and the stock market.” **The Journal of Business**. 59(3) : 383-403.
- Fama, E. F. (May, 1970). “Efficient capital markets: A review of theory and empirical work.” **The Journal of Finance**. 25(2) : 383-417.
- _____. (September, 1981). “Stock returns, real activity, inflation, and money.” **The American Economic Review**. 71(4) : 545-565.
- Fisher, I. (1930). **The Theory of Interest**. New York: Macmillan. [online]. Available: <https://oll.libertyfund.org/titles/fisher-the-theory-of-interest>. [5 มกราคม 2569].
- Humpe, A., & Macmillan, P. (January, 2009). “Can macroeconomic variables explain long-term stock market movements? A comparison of the US and Japan.” **Applied Financial Economics**. 19(2) : 111-119.
- Mukherjee, T. K., & Naka, A. (1995). “Dynamic relations between macroeconomic variables and the Japanese stock market: An Application of A vector error correction model.” **The Journal of Financial Research**. 18(2) : 223-237.
- Williams, J. B. (1938). **The Theory of Investment Value**. Cambridge, MA: Harvard University Press. [online]. Available : <https://ia601506.us.archive.org/18/items/in.ernet.dli.2015.225177/2015.225177.The-Theory.pdf>. [5 มกราคม 2569].

การพัฒนาระบบการจัดการสินค้าออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP

เกษตรชุมชนบ้านสวนมะพร้าว จังหวัดสงขลา

Development of an Online Product Management System for NP Mushroom Community Enterprise in Ban Suan Maprao Community Agriculture, Songkhla Province

อานนท์ บัวศรี^{1,*}, วัลลภา พัฒนา² และชิตชนก มากเชื้อ³

Arnon Buasri^{1,*}, Wallapa Pattana² and Chidchanok Makchuea³

Received 9 February 2026
Revised 27 April 2026
Accepted 28 June 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาระบบการจัดการสินค้าออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP เกษตรชุมชนบ้านสวนมะพร้าว จังหวัดสงขลา ตามกระบวนการวงจรชีวิตการพัฒนา ระบบ 2) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ และ 3) สังเคราะห์แนวทางเชิงการจัดการเพื่อนำระบบไปใช้ในการดูแลรักษา และการขยายผลสู่วิสาหกิจชุมชนอื่น กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ดในจังหวัดสงขลา จำนวน 385 คน เลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามความต้องการระบบและแบบประเมินความพึงพอใจ ซึ่งมีค่า IOC เท่ากับ 0.896 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.962 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

¹ วท.ม. การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสงขลา, 2558. อาจารย์สังกัดสาขาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

¹ M.S. Management of Information Technology, Prince of Songkla University, 2015. Lecturer in Business Information System, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya.

*Corresponding author, e-mail : arnon.b@rmuts.ac.th

² ป.ร.ด. การตลาด, มหาวิทยาลัยอุตรา มาเลเซีย, 2553. รองศาสตราจารย์สังกัดสาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

² Ph.D. Marketing, Universiti Utara Malaysia, 2010. Associate Professor, Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya.

³ บช.ม. การบัญชี, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสงขลา, 2556. อาจารย์สังกัดสาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

³ M.Acc., Accounting, Prince of Songkla University, 2013. Lecturer in Accounting, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Srivijaya.

1) ระบบที่พัฒนาขึ้นสามารถจัดการข้อมูลสินค้า หมวดหมู่สินค้า สมาชิก และคำสั่งซื้อได้อย่างเป็นระบบ พร้อมเพิ่มช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ให้แก่วิสาหกิจชุมชน 2) ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.85) และ 3) แนวทางเชิงการจัดการที่สังเคราะห์ได้ ได้แก่ การบริหารจัดการแบบขับเคลื่อนด้วยข้อมูล การบูรณาการระบบกับการตลาดดิจิทัล การจัดการข้อมูลลูกค้า การกำกับดูแลระบบและการสำรองข้อมูล และการขยายผลผ่านกลไกพี่เลี้ยงและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อสนับสนุนการใช้ระบบอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน, ผลลัพธ์ที่เห็น, ระบบจัดการสินค้าออนไลน์, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, วงจรชีวิตการพัฒนาระบบ

Abstract

This research employed a research and development approach. The objectives were to: 1) develop an online product management system for the NP Mushroom Community Enterprise, Ban Suan Maprao Community Agriculture, Songkhla Province, using the System Development Life Cycle (SDLC) framework; 2) evaluate users satisfaction with the developed system; and 3) synthesize managerial guidelines for system implementation, maintenance, and expansion to other community enterprise contexts. The sample consisted of 385 consumers who had purchased processed mushroom products in Songkhla Province, selected through multi-stage sampling. The research instruments were a system requirements questionnaire and a satisfaction evaluation form, which had an IOC value of 0.896 and a Cronbach's alpha coefficient of 0.962. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation. The findings revealed that: 1) the developed system systematically managed product information, product categories, members, and orders, while increasing online distribution channels for the community enterprise; 2) overall user satisfaction was at the highest level ($\bar{X}$ = 4.85) and 3) the synthesized managerial guidelines encompassed data-driven management, digital marketing integration, customer data management, system governance, data backup, and expansion through mentoring mechanisms and community networks to support continuous and sustainable system utilization.

Keywords: Community Enterprise, Mushroom Products, Online Product Management System, E-commerce, System Development Life Cycle (SDLC)

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนเป็นกลไกสำคัญของเศรษฐกิจฐานรากที่ช่วยสร้างรายได้ กระจายโอกาสทางอาชีพ และเพิ่มความเข้มแข็งของชุมชน (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. ออนไลน์. 2566 : 33) อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจชุมชนจำนวนมากยังเผชิญข้อจำกัดด้านการจัดการข้อมูลสินค้า การบันทึกคำสั่งซื้อ และการเข้าถึงตลาด โดยเฉพาะเมื่อพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนสู่การสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ข้อมูลด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยสะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตของการค้าผ่านช่องทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์รายงานว่ามูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2566 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสู่ระดับประมาณ 5.96 ล้านล้านบาท สะท้อนให้เห็นว่าการค้าผ่านช่องทางออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อผู้ประกอบการ

ทุกระดับ รวมถึงผู้ประกอบการรายย่อย วิสาหกิจชุมชน และกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จำเป็นต้องปรับตัวเข้าสู่ระบบดิจิทัลมากขึ้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. ออนไลน์. 2567) การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดออนไลน์และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสื่อสารและบริหารจัดการข้อมูล จึงเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาด สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน (นฤศร มังกรศิลา, นุจรี บุรีรัตน์ และเกษม เขมชมพูเรื่องศรี. 2567) กรณีศึกษา “วิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP” เกษตรชุมชนบ้านสวนมะพร้าว ต.พะตง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เป็นกลุ่มที่จัดตั้งในระยะแรก และมีศักยภาพในการผลิตก้อนเชื้อเห็ด เห็ดสด และผลิตภัณฑ์แปรรูป จากการสำรวจสภาพการดำเนินงาน พบว่าการจัดการข้อมูลสินค้าและคำสั่งซื้อยังไม่มีระบบฐานข้อมูลกลางรองรับ การบันทึกข้อมูลผ่านการจดบันทึก การสื่อสารทางโทรศัพท์หรือแอปพลิเคชันสนทนา ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการค้นหาข้อมูลย้อนหลัง การตรวจสอบสถานะคำสั่งซื้อ การสรุปยอดจำหน่าย และการวางแผนการผลิตสินค้า นอกจากนี้ กลุ่มยังไม่มีข้อมูลเชิงสถิติที่จัดเก็บอย่างเป็นระบบ เช่น จำนวนคำสั่งซื้อรายเดือน ยอดขายเฉลี่ย จำนวนลูกค้าประจำ อัตราการซื้อซ้ำ และต้นทุนด้านเวลาในการจัดการคำสั่งซื้อ สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาระบบดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการจัดการข้อมูล การจำหน่ายสินค้า และการตัดสินใจเชิงบริหารของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้กลุ่มสามารถพึ่งพาตนเองและเติบโตอย่างยั่งยืน (ศรินนา แก้วสีเคน และภัครดา เกิดประทุม. 2566) แม้แพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ทั่วไป เช่น Shopee หรือ Lazada จะช่วยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าได้ แต่แพลตฟอร์มดังกล่าวมุ่งเน้นการขายผ่านตลาดกลางเป็นหลัก และอาจไม่ตอบโจทย์การบริหารจัดการภายในของวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก เช่น การควบคุมข้อมูลสินค้าและคำสั่งซื้อด้วยตนเอง การจัดการข้อมูลสมาชิก การเรียนรู้ของผู้ดูแลระบบในพื้นที่ การลดข้อจำกัดด้านค่าธรรมเนียมและเงื่อนไขของแพลตฟอร์ม รวมถึงการนำข้อมูลมาใช่วางแผนการผลิตและการตลาดของกลุ่ม ดังนั้น ช่องว่างของงานวิจัยนี้คือการพัฒนาระบบการจัดการสินค้าออนไลน์ที่ออกแบบให้สอดคล้องกับบริบทและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเฉพาะพื้นที่ โดยเน้นให้กลุ่มสามารถบริหารจัดการสินค้า คำสั่งซื้อ และข้อมูลลูกค้าได้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งถ่ายทอดองค์ความรู้ให้ผู้ดูแลระบบในชุมชนสามารถใช้งานและดูแลระบบได้อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาระบบจัดการสินค้าออนไลน์ตามแนวคิดวงจรชีวิตการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC) ช่วยให้การวิเคราะห์ความต้องการ ออกแบบ พัฒนา ทดสอบ และนำระบบไปใช้ เป็นไปอย่างเป็นขั้นตอน และสามารถถ่ายทอดให้ผู้เกี่ยวข้องนำไปปรับใช้ต่อไปได้ในเชิงทฤษฎี การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ประโยชน์ใช้สอยและความง่ายในการใช้งาน งานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้กระบวนการวงจรชีวิตการพัฒนาระบบ ร่วมกับแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีและการแพร่กระจายนวัตกรรม เป็นกรอบในการพัฒนาระบบ ประเมินความพึงพอใจ และสังเคราะห์แนวทางเชิงการจัดการที่เหมาะสมกับบริบทของวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP

วัตถุประสงค์

1. พัฒนาระบบการจัดการสินค้าออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP ตามกระบวนการวงจรชีวิตการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC)
2. ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบที่พัฒนาขึ้นในด้านการใช้งานและด้านความสวยงามของส่วนติดต่อผู้ใช้
3. สังเคราะห์แนวทางเชิงการจัดการเพื่อนำระบบไปใช้ การดูแลรักษาระบบ และการขยายผลสู่บริบทวิสาหกิจชุมชนอื่น

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ต้นแบบระบบจัดการสินค้าออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชน ที่ช่วยจัดระเบียบข้อมูลสินค้าและคำสั่งซื้อ ลดความคลาดเคลื่อนจากการบันทึกแบบแมนนวล และเพิ่มช่องทางการจำหน่าย
2. ได้ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อระบบ ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ในการพัฒนาระบบชุมชนรูปแบบใกล้เคียง
3. ได้แนวทางเชิงการจัดการสำหรับการใช้ระบบในระยะยาว โดยครอบคลุมการจัดโครงสร้างข้อมูลสินค้าและคำสั่งซื้อ การกำหนดผู้รับผิดชอบดูแลระบบ การกำหนดสิทธิ์การใช้งาน การสำรองข้อมูล การจัดการข้อมูลลูกค้า การกำหนดตัวชี้วัดการใช้งานระบบ เช่น จำนวนคำสั่งซื้อรายเดือน อัตราการซื้อซ้ำ และมูลค่าคำสั่งซื้อเฉลี่ย ตลอดจนการนำข้อมูลจากระบบไปใช้ประกอบการวางแผนการผลิต การตลาด และการตัดสินใจเชิงบริหารของวิสาหกิจชุมชน
4. ได้การถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้ดูแลระบบในพื้นที่ ช่วยเพิ่มสมรรถนะการใช้งานและดูแลระบบได้ด้วยตนเอง

การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสังเคราะห์เนื้อหาออกเป็น 4 กลุ่มสำคัญ ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกับการตลาดดิจิทัล ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก การยอมรับเทคโนโลยีตามแนวคิด แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) และกระบวนการพัฒนาระบบตามวงจรชีวิตการพัฒนาระบบ หรือ SDLC โดยในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการตลาดดิจิทัล พบว่า วิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องพัฒนาความสามารถด้านการบริหารจัดการ การตลาด และการใช้ข้อมูลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การสนับสนุนด้านตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน (ศรีรินา แก้วสีเคน และภักครดา เกิดประทุม, 2566; นุชนาถ ทับครุฑ และศุภพิชญณ์ บุญเกื้อ, 2566)

จากแนวคิดดังกล่าว งานวิจัยนี้นำประเด็นด้านการตลาดดิจิทัลและการบริหารจัดการข้อมูลมาใช้เป็นฐานในการออกแบบระบบให้วิสาหกิจชุมชนสามารถจัดการสินค้า คำสั่งซื้อ และข้อมูลลูกค้าได้อย่างเป็นระบบ รวมทั้งสามารถนำข้อมูลจากระบบไปใช้ประกอบการวางแผนการผลิตและการตลาดของกลุ่มได้ในระยะยาว

ในกลุ่มระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก งานวิจัยที่เกี่ยวข้องชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาเว็บไซต์ เว็บแอปพลิเคชัน หรือระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถช่วยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า สนับสนุนการจัดการข้อมูลสินค้า และเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ใช้ได้ เช่น คณิดา ไกรสันติ และคณะ (2563) พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำขนมสตูล โดยระบบประกอบด้วยส่วนหน้าร้านและส่วนหลังร้าน และผลการประเมินจากผู้ใช้งานจำนวน 50 คน พบว่าความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 นอกจากนี้ ทิพย์หทัย ทองธรรมชาติ (2568 : 21) ได้พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองบัว อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยใช้ SDLC และพบว่าระบบประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนของลูกค้าทั่วไป ส่วนของสมาชิก และส่วนของผู้ดูแลระบบ อีกทั้งผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อระบบอยู่ในระดับมาก ขณะที่ อนุพงษ์ สุขประเสริฐ และคณะ (2568 : 50) พัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน

การขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจำนวน 50 คน และพบว่าความพึงพอใจต่อเว็บแอปพลิเคชันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับงานวิจัยด้านตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ของ Kokanuch, Tantipatum and Khunsri (2024) ได้ศึกษาการวิจัยและพัฒนา e-Marketplace สำหรับวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเลยโดยใช้กระบวนการ PDCA (Plan-Do-Check-Act) หรือ วางแผน-ปฏิบัติ-ตรวจสอบ-ปรับปรุง มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความต้องการ พัฒนาส่วนประสานผู้ใช้งาน (User Interface: UI) และ ประสิทธิภาพของผู้ใช้งาน (User Experience: UX) และประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนต่อระบบ e-Marketplace ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาระบบสำหรับวิสาหกิจชุมชนควรคำนึงถึงทั้งด้านการออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้ ประสิทธิภาพผู้ใช้ ประสิทธิภาพของระบบ และความปลอดภัยของระบบควบคู่กัน

นอกจากนี้ งานวิจัยร่วมสมัยเกี่ยวกับผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อยในประเทศไทยชี้ให้เห็นว่า การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการรายย่อยไม่ได้ขึ้นอยู่กับระบบเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับความพร้อมขององค์กร ทักษะดิจิทัลของผู้ใช้งาน ความสามารถในการจัดการข้อมูล และปัจจัยสนับสนุนจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Amornkitvikai, et al. 2022; Madhavan, Sharafuddin and Wangtueai. 2025) ดังนั้น การพัฒนาระบบสำหรับวิสาหกิจชุมชนจึงควรให้ความสำคัญทั้งด้านการออกแบบระบบ การใช้งานง่าย การถ่ายทอดความรู้ และการจัดการภายในของกลุ่มควบคู่กัน

ในกลุ่มการยอมรับเทคโนโลยี แนวคิด TAM อธิบายว่า การรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ (Davis. 1989) ขณะที่ UTAUT อธิบายเพิ่มเติมว่า อิทธิพลทางสังคมและเงื่อนไขสนับสนุนมีผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Venkatesh, et al. 2003) นอกจากนี้งานวิจัยระยะหลังยังคงนำแนวคิด UTAUT ไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาแพลตฟอร์มออนไลน์และเทคโนโลยีดิจิทัลในหลายบริบท โดยชี้ให้เห็นว่าความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังด้านความง่ายในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการใช้งาน เป็นปัจจัยสำคัญต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Pinyanitikorn, Atthirawong, and Chanpuyetch. 2024) ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงนำแนวคิด TAM และ UTAUT มาใช้เป็นกรอบในการอธิบายและประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ โดยเฉพาะด้านความง่ายในการใช้งาน ประโยชน์ที่ผู้ใช้รับรู้ ความเหมาะสมของเมนู และเงื่อนไขสนับสนุนการใช้งานของผู้ดูแลระบบในชุมชน

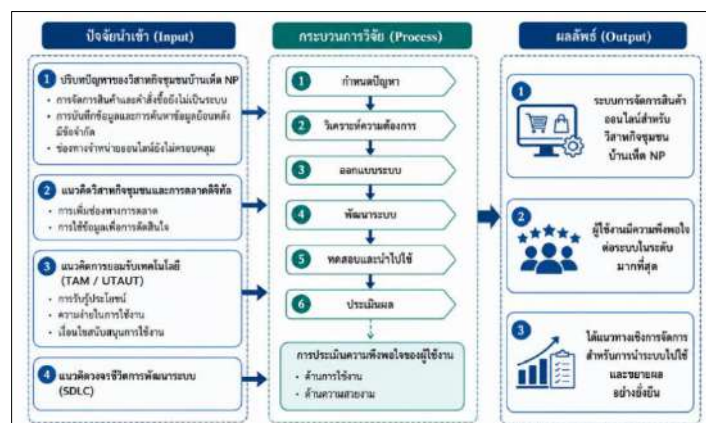
ในกลุ่มกระบวนการพัฒนาระบบ งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดวงจรชีวิตการพัฒนาระบบ หรือ SDLC เป็นกรอบดำเนินงาน เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ช่วยให้การพัฒนาระบบดำเนินไปอย่างเป็นขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดปัญหา การวิเคราะห์ความต้องการ การออกแบบระบบ การพัฒนาระบบ การทดสอบ การนำไปใช้ และการประเมินผล (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. ออนไลน์. 2562) ซึ่งสอดคล้องกับงานของ ทิพย์หทัย ทองธรรมชาติ (2568) ที่นำ SDLC มาใช้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวิสาหกิจชุมชนโดยตรง สำหรับงานวิจัยนี้ SDLC ถูกนำมาใช้เป็นกรอบกระบวนการพัฒนาระบบ ตั้งแต่การศึกษาปัญหาการจัดการสินค้าและคำสั่งซื้อของวิสาหกิจชุมชน การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ดูแลระบบและลูกค้า การออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้และฐานข้อมูล การพัฒนาระบบ การทดสอบกับผู้ใช้จริง และการประเมินผลหลังการใช้งาน เพื่อให้ระบบที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับบริบทของกลุ่มบ้านเห็ด NP และสามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับวิสาหกิจชุมชนอื่นได้

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าว พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเว็บไซต์ เว็บแอปพลิเคชัน ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Marketplace เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและ

ความพึงพอใจของผู้ใช้ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเดิมเน้นการขายสินค้าออนไลน์หรือระบบตลาดกลางเป็นหลัก มากกว่าการออกแบบระบบให้เหมาะสมกับบริบทเฉพาะของวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก โดยเฉพาะการควบคุมข้อมูลสินค้า การบริหารคำสั่งซื้อ การจัดการข้อมูลสมาชิก และการถ่ายทอดความรู้ให้ผู้ดูแลระบบในพื้นที่ที่สามารถใช้งานระบบได้ด้วยตนเอง ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเป็นการพัฒนาระบบการจัดการสินค้าออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP ที่บูรณาการแนวคิด e-commerce, TAM/UTAUT และ SDLC เพื่อให้ระบบตอบโจทย์การใช้งานจริงในชุมชนและสามารถนำไปขยายผลได้อย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยกำหนดให้วงจรชีวิตการพัฒนากระบวน (SDLC) เป็นตัวแปรกระบวนการ (Process) ที่ส่งผลต่อคุณภาพของแพลตฟอร์มจัดการสินค้าออนไลน์ และสมรรถนะของผู้เกี่ยวข้องผ่านการอบรมและการมีส่วนร่วม ซึ่งคาดว่าจะส่งผลต่อผลลัพธ์ (Output) ได้แก่ ประสิทธิภาพการจัดการสินค้า/คำสั่งซื้อ การเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และความพึงพอใจของผู้ใช้ทั้งด้านการใช้งานและด้านความสวยงาม แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) และการแพร่กระจายนวัตกรรมใช้สำหรับอธิบายการยอมรับและการใช้งานระบบในบริบทชุมชน ความแปลกใหม่ของงานวิจัยนี้ประกอบด้วยกรอบระบบจัดการสินค้าออนไลน์ให้สอดคล้องกับข้อจำกัดของวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก โดยเน้นการควบคุมข้อมูลภายใน การจัดการคำสั่งซื้อ การจัดการข้อมูลลูกค้า และการถ่ายทอดความรู้ให้ผู้ดูแลระบบในพื้นที่ ซึ่งแตกต่างจากการใช้แพลตฟอร์มสำเร็จรูปที่มุ่งเน้นการขายเป็นหลัก



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : ผู้วิจัย, 2567.

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาประชากรที่เป็นผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ด กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ด ในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา เหตุผลที่เลือก

ผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ดเป็นกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ใช้เป้าหมายของระบบ ในฐานลูกค้าออนไลน์โดยตรง สามารถสะท้อนความพึงพอใจด้านการใช้งาน ความเข้าใจเมนู ความสะดวกในการสั่งซื้อ และความเหมาะสมของส่วนติดต่อผู้ใช้ได้ ขณะที่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนและผู้ดูแลระบบเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในขั้นตอนวิเคราะห์ความต้องการและการทดลองใช้งานระบบ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของคอคแรน (Cochran's Sample Size Formula) สำหรับกรณีไม่ทราบขนาดประชากร กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 และสัดส่วนประชากร 0.50 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384.16 คน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 คน (Cochran, 1977 : 75) การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ขั้นที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาเลือกเฉพาะผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ด โดยใช้แบบสอบถาม และขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience sampling) ก่อนการตอบแบบประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้จัดให้กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงระบบการจัดการสินค้าออนไลน์ผ่าน URL หรือ QR Code ของระบบ พร้อมคำชี้แจงขั้นตอนการใช้งานเบื้องต้น ได้แก่ การเข้าสู่หน้าหลักของเว็บไซต์ การเลือกชมรายการสินค้า การค้นหาข้อมูลสินค้า การทดลองเลือกสินค้าเข้าสู่กระบวนการสั่งซื้อ และการพิจารณาความเหมาะสมของหน้าจอ เมนู ภาษา สี ตัวอักษร และภาพประกอบภายในระบบ ทั้งนี้ การประเมินความพึงพอใจดำเนินการภายหลังจากที่กลุ่มตัวอย่างได้ทดลองใช้งานหรือสำรวจระบบตามขั้นตอนที่กำหนดแล้ว เพื่อให้การตอบแบบสอบถามสะท้อนประสบการณ์การใช้งานระบบจริงในฐานลูกค้าออนไลน์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อระบบการจัดการสินค้าออนไลน์ แบ่งเป็นด้านการใช้งานและด้านความสวยงามของส่วนติดต่อผู้ใช้ และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการปรับปรุงระบบเพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการพัฒนาระบบ การสร้างแบบสอบถามเริ่มจากการกำหนดตัวแปรและนิยามเชิงปฏิบัติการให้ชัดเจน ก่อนพัฒนาเป็นข้อคำถามให้ครอบคลุมมิติของตัวแปรตามวัตถุประสงค์การวิจัย

2.2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อระบบใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด (Likert, 1932 : 12) โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยตามช่วงคะแนน ที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสารสนเทศ 3 ท่าน โดยกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปได้เท่ากับ 0.896 ภายหลังจากทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) จากกลุ่มทดลอง จำนวน 30 คน ในด้านการใช้งานของผู้ใช้ ได้ค่าเท่ากับ 0.937 ในด้านความสวยงาม ได้ค่าเท่ากับ 0.922 และในภาพรวมทั้งหมดได้ค่าเท่ากับ 0.962 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้

3. ขั้นตอนในการพัฒนาระบบ

3.1 การกำหนดปัญหา (Problem definition) ปัญหาที่พบคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP เกษตรชุมชนบ้านสวนมะพร้าว เป็นกลุ่มที่จัดตั้งในระยะแรก จึงมีช่องทางการจัดจำหน่ายเพียงในรูปแบบตลาดทั่วไปแบบดั้งเดิมเท่านั้น และยังไม่มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการกระจายสินค้า

3.2 การศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility study) ความเป็นไปได้ในการแก้ปัญหาจากการศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ พบว่าการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน เป็นแนวทางที่มีความเป็นไปได้ในการแก้ไขปัญหา โดยสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและสร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้งานระบบ และผู้ดูแลระบบ เพื่อให้ทราบถึงฟังก์ชันและความสามารถของระบบที่ต้องการใช้งาน เพื่อให้การออกแบบสอดคล้องกับบริบทของ ผู้ใช้เป้าหมาย และความสามารถของผู้ดูแลระบบที่เป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3.4 การออกแบบระบบ (Design) ดำเนินการออกแบบทั้งในส่วนของ ส่วนติดต่อผู้ใช้ (User interface) เช่น หน้าจอแสดงผล ฟอรมกรอกข้อมูล ฯลฯ รวมถึง ฐานข้อมูล (Database) ที่ใช้จัดเก็บข้อมูลการขายและธุรกรรม ต่าง ๆ ในระบบ โดยออกแบบกระบวนการทำงานให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้ใช้เป้าหมาย

3.5 การสร้างหรือพัฒนาระบบ (Construction) ระบบพัฒนาโดยใช้ภาษา HTML, PHP, CSS และ JavaScript ซึ่งเป็นภาษาหลักที่ใช้ในการพัฒนาเว็บแอปพลิเคชัน ระบบใช้ระบบจัดการฐานข้อมูล MySQL สำหรับ จัดเก็บข้อมูลสินค้า หมวดหมู่สินค้า สมาชิก ลูกค้า และคำสั่งซื้อ และเผยแพร่ระบบผ่านเว็บไซต์ <https://www.banhed-np.com/> ภายใต้สภาพแวดล้อมการให้บริการเว็บไซต์แบบบริการเช่าพื้นที่เว็บไซต์แบบใช้ เซิร์ฟเวอร์ร่วมกัน (Shared hosting) โดยผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงระบบผ่านเว็บเบราว์เซอร์บนอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ ทั้งนี้ การออกแบบระบบคำนึงถึงง่ายในการใช้งานของผู้ดูแลระบบในชุมชน ความชัดเจนของเมนู และความสะดวก ในการปรับปรุงข้อมูลสินค้าและคำสั่งซื้อ และจัดทำคู่มือการใช้งานระบบ เพื่อให้ลูกค้า ผู้ดูแลและสมาชิกในกลุ่ม สามารถใช้งานระบบได้อย่างถูกต้อง

3.6 การทดสอบและนำไปใช้ (Testing and implementation) เมื่อพัฒนาระบบเสร็จสมบูรณ์แล้ว มีการนำไปทดสอบใช้งานทั้งในกลุ่มลูกค้า (ผู้ใช้งานทั่วไป) และผู้ดูแลระบบ (สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน) โดยผู้ใช้ให้ ข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ต่อการปรับปรุงระบบเพิ่มเติมก่อนนำไปใช้งานจริง และ

3.7 การประเมินผลและบำรุงรักษา (Evaluation and maintenance) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและ ระดับความพึงพอใจต่อระบบ รวมถึงรวบรวมข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการพัฒนาระบบในระยะต่อไปอย่างต่อเนื่อง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์สำหรับกลุ่มผู้ใช้งานในฐานะลูกค้า และ ใช้การประชุมกลุ่มย่อยกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเพื่อรวบรวมความต้องการระบบ ตรวจสอบความเหมาะสมของ ฟังก์ชัน และถ่ายทอดวิธีการดูแลระบบแก่ผู้ดูแลระบบในพื้นที่ ก่อนการตอบแบบประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้จัด ให้กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงระบบผ่าน URL หรือ QR Code และได้รับคำแนะนำวิธีใช้งานระบบเบื้องต้น จากนั้นให้ ทดลองใช้งานฟังก์ชันหลักในฐานะลูกค้าออนไลน์ เช่น การเข้าชมหน้าหลัก การค้นหาและเลือกชมรายการสินค้า การอ่านรายละเอียดสินค้า การทดลองขึ้นตอนสั่งซื้อ และการตรวจสอบความชัดเจนของเมนู ภายหลังการทดลองใช้ งานจึงให้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลดำเนินการระหว่างเดือน มกราคมถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2568 โดยเผยแพร่แบบสอบถามผ่าน <https://www.banhed-np.com/> และ ตรวจสอบคุณภาพข้อมูลโดยคัดเฉพาะแบบสอบถามที่ตอบครบถ้วน ตรงตามเกณฑ์คัดเข้า และไม่ซ้ำซ้อน

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้สถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้ความถี่และร้อยละในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และใช้ค่าเฉลี่ยกับส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ ทั้งนี้ กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. พัฒนาระบบการจัดการสินค้าออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP ตามกระบวนการวงจรชีวิตการพัฒนาระบบ (SDLC)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ระบบการจัดการสินค้าออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP ที่พัฒนาขึ้นสามารถสนับสนุนการจัดการข้อมูลสินค้า หมวดยี่ห้อสินค้า สมาชิก และคำสั่งซื้อได้อย่างเป็นระบบ โดยระบบประกอบด้วยส่วนหน้าร้านออนไลน์สำหรับผู้ใช้งานทั่วไป และส่วนผู้ดูแลระบบสำหรับบริหารจัดการข้อมูลภายใน ระบบดังกล่าวช่วยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ และช่วยลดข้อจำกัดจากการบันทึกข้อมูลแบบเดิมของวิสาหกิจชุมชน จากการพัฒนาระบบการจัดการสินค้าออนไลน์ดำเนินการตามวงจรชีวิตการพัฒนาระบบ (SDLC) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลการพัฒนาระบบตามวงจรชีวิตการพัฒนาระบบ (SDLC)

ขั้นตอน	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่ได้
1. การกำหนดปัญหา	สำรวจบริบทการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP และศึกษาปัญหาการจัดการสินค้า การรับคำสั่งซื้อ และช่องทางจำหน่ายเดิม	พบปัญหาการพึ่งพาช่องทางจำหน่ายแบบดั้งเดิม การบันทึกข้อมูลสินค้าและคำสั่งซื้อยังไม่เป็นระบบ และยังไม่มีช่องทางออนไลน์ที่กลุ่มสามารถบริหารจัดการได้ด้วยตนเอง
2. การศึกษาความเป็นไปได้	วิเคราะห์ความเป็นไปได้ด้านเทคนิคด้านผู้ใช้งาน และด้านการนำระบบไปใช้จริงในบริบทของวิสาหกิจชุมชน	ได้ข้อสรุปว่าเว็บแอปพลิเคชันมีความเหมาะสมต่อการเพิ่มช่องทางจำหน่ายสินค้าออนไลน์ และสามารถพัฒนาเป็นระบบที่ผู้ดูแลในชุมชนเรียนรู้และใช้งานได้
3. การวิเคราะห์ความต้องการ	รวบรวมความต้องการจากผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน ผู้ดูแลระบบ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อกำหนดฟังก์ชันหลักของระบบ	ได้ความต้องการของระบบ เช่น การแสดงรายการสินค้า การจัดหมวดหมู่สินค้า การเพิ่ม-แก้ไข-ลบข้อมูลสินค้า การจัดการคำสั่งซื้อ การจัดการสมาชิก และการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 1 สรุปผลการพัฒนาระบบตามวงจรชีวิตการพัฒนาระบบ (SDLC) (ต่อ)

ขั้นตอน	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผลลัพธ์ที่ได้
4. การออกแบบระบบ	ออกแบบโครงสร้างระบบ ส่วนติดต่อผู้ใช้ ฐานข้อมูล และกระบวนการทำงานของระบบทั้งส่วนหน้าร้านและส่วนผู้ดูแลระบบ	ได้แบบร่างระบบที่ประกอบด้วยหน้าหลัก หน้ารายการสินค้า ตะกร้าสินค้า ระบบเข้าสู่ระบบ ส่วนจัดการสินค้า ส่วนจัดการสมาชิก และส่วนติดตามคำสั่งซื้อ
5. การพัฒนาระบบ	พัฒนาเว็บแอปพลิเคชันโดยใช้เทคโนโลยีเว็บ และจัดทำระบบหน้าร้านออนไลน์ควบคู่กับระบบหลังบ้านสำหรับผู้ดูแลระบบ	ได้ระบบการจัดการสินค้าออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP ที่สามารถแสดงสินค้า จัดหมวดหมู่สินค้า รับคำสั่งซื้อ และบริหารข้อมูลผ่านระบบผู้ดูแลได้
6. การทดสอบระบบ	ทดลองใช้งานระบบกับผู้ใช้งานในฐานะลูกค้าและผู้ดูแลระบบ ตรวจสอบความถูกต้องของฟังก์ชันการแสดงผล และความสะดวกในการใช้งาน	พบว่าระบบสามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ รองรับการแสดงผลบนอุปกรณ์ต่าง ๆ และได้รับข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงความชัดเจนของเมนูและการใช้งาน
7. การนำระบบไปใช้และถ่ายทอดการใช้งาน	นำระบบไปใช้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP และให้คำแนะนำการใช้งานแก่ผู้ดูแลระบบในพื้นที่	ผู้ดูแลระบบสามารถใช้งานระบบพื้นฐานได้ เช่น เพิ่มสินค้า แก้ไขข้อมูลสินค้า ตรวจสอบคำสั่งซื้อ และดูแลข้อมูลในระบบ
8. การประเมินผลและบำรุงรักษา	ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ วิเคราะห์ผลด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พร้อมรวบรวมข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาระบบต่อเนื่อง	ผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.85 และ S.D. = 0.39 และได้แนวทางการบำรุงรักษาระบบ เช่น การกำหนดผู้ดูแล การสำรองข้อมูล และการปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่อง

จากตารางที่ 1 พบว่า การพัฒนาระบบดำเนินการตามวงจรชีวิตการพัฒนาระบบครบทุกขั้นตอน ตั้งแต่การกำหนดปัญหา การวิเคราะห์ความต้องการ การออกแบบ การพัฒนา การทดสอบ การนำไปใช้ และการประเมินผล

วิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP เกษตรชุมชนบ้านสวนมะพร้าว ได้ช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์เป็นเว็บแอปพลิเคชัน ที่รองรับการแสดงผลผ่านเว็บเบราว์เซอร์บนอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยมี URL คือ <https://www.banhed-np.com/> ดังภาพที่ 2 หน้ารายการสินค้าดังภาพที่ 3 ส่วนผู้ดูแลระบบ: ข้อมูลสินค้า ในภาพที่ 4 และส่วนผู้ดูแล

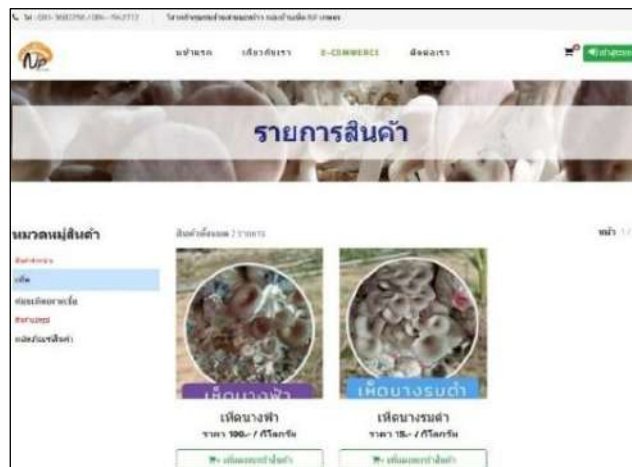
ระบบ : ข้อมูลคำสั่งซื้อสินค้าในภาพที่ 5 และการจัดอบรมการใช้งานแก่ผู้ดูแลระบบให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 2 เว็บไซต์พลิเคชัน www.banhed-np.com

ที่มา: ผู้วิจัย, 2567.

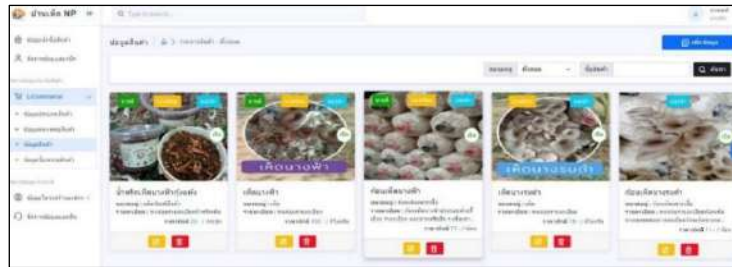
จากภาพที่ 2 แสดงหน้าหลักของเว็บไซต์ระบบจัดการสินค้าออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มบ้านเห็ด
NP เกษตรชุมชนบ้านสวนมะพร้าว ซึ่งพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
โดยมีการออกแบบให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน ใช้งานง่าย และสามารถเข้าถึงได้ทั้งผู้ดูแลระบบและลูกค้า
ในท้องถิ่น



ภาพที่ 3 หน้ารายการสินค้า

ที่มา : ผู้วิจัย, 2567.

จากภาพที่ 3 แสดงหน้า “รายการสินค้า” ของระบบจัดการสินค้าออนไลน์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเว็บไซต์
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มบ้านเห็ด NP เกษตรชุมชนบ้านสวนมะพร้าว โดยออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกชม
สินค้าได้อย่างสะดวก พร้อมข้อมูลราคาและรายละเอียด



ภาพที่ 4 ส่วนผู้ดูแลระบบ : ข้อมูลสินค้า

ที่มา : ผู้วิจัย, 2567.

จากภาพที่ 4 แสดงหน้าจอระบบจัดการข้อมูลสินค้า ระบบหลังบ้าน (Back-end) ของเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP เกษตรชุมชนบ้านสวนมะพร้าว ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ผู้ดูแลระบบสามารถบริหารจัดการข้อมูลสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 5 ส่วนผู้ดูแลระบบ : ข้อมูลคำสั่งซื้อสินค้า

ที่มา : ผู้วิจัย, 2567.

จากภาพที่ 5 แสดงหน้าจอระบบติดตามและจัดการคำสั่งซื้อสินค้าภายในเว็บไซต์ e-commerce ของวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการบริหารคำสั่งซื้อของผู้ดูแลระบบ โดยมุ่งเน้นให้สามารถตรวจสอบ ติดตาม และจัดเก็บข้อมูลคำสั่งซื้ออย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 6 การจัดอบรมการใช้งาน

ที่มา : ผู้วิจัย, 2567.

จากภาพที่ 6 แสดงกิจกรรมการจัดอบรมการใช้งาน ของวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP เกษตรชุมชน บ้านสวนมะพร้าว ณ สถานที่ผลิตจริง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบที่พัฒนาขึ้นในด้านการใช้งานและด้านความสวยงามของส่วนติดต่อผู้ใช้

ก่อนการนำเสนอผลการประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อแสดงลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	159	41.30
หญิง	226	58.70
รวม	385	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	171	44.42
ปริญญาตรี	183	47.53
สูงกว่าปริญญาตรี	31	8.05
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 ด้านระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 47.53 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 44.42

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ผู้ใช้งานระบบมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.39 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความสวยงามอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.88 รองลงมาคือด้านการใช้งานของผู้ใช้ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสวยงาม ความทันสมัย และความน่าสนใจของหน้าจอหลักภายในเว็บไซต์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.99 รองลงมาคือ ความสวยงาม ความทันสมัย และความน่าสนใจของหน้าจอย่อยภายในเว็บไซต์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.98 ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความเหมาะสมของเมนูการใช้งานในเว็บไซต์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 ซึ่งสะท้อนว่าระบบได้รับการยอมรับในระดับสูง แต่ยังสามารถปรับปรุงโครงสร้างเมนูให้ใช้งานง่ายและชัดเจนยิ่งขึ้นได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
1. ด้านการใช้งานของผู้ใช้			
1.1 ความเหมาะสมของเมนูการใช้งานในเว็บไซต์	4.77	0.54	มากที่สุด
1.2 ความง่ายในการใช้งานเว็บไซต์	4.79	0.49	มากที่สุด
1.3 ภาษาที่ใช้ในเว็บไซต์มีความชัดเจนถูกต้องเป็นทางการและตรงประเด็น	4.81	0.44	มากที่สุด
1.4 ความสะดวกในการใช้งานของเว็บไซต์	4.85	0.38	มากที่สุด
1.5 ความพึงพอใจในขั้นตอนการชำระเงินในการสั่งซื้อสินค้า	4.83	0.44	มากที่สุด
1.6 เมนูการใช้งานภายในเว็บไซต์ง่ายต่อการค้นหาและทำความเข้าใจ	4.83	0.38	มากที่สุด
1.7 มีการจัดหมวดหมู่สินค้าภายในเว็บไซต์ง่ายต่อการค้นหาและทำความเข้าใจ	4.87	0.37	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการใช้งานของผู้ใช้	4.82	0.44	มากที่สุด
2. ด้านความสวยงาม			
2.1 ความสวยงาม ความทันสมัย ความน่าสนใจของหน้าจอหลักภายในเว็บไซต์	4.99	0.11	มากที่สุด
2.2 ความสวยงาม ความทันสมัย ความน่าสนใจของหน้าจอย่อยภายในเว็บไซต์	4.98	0.15	มากที่สุด
2.3 ขนาดตัวอักษร รูปแบบตัวอักษร ภายในเว็บไซต์ สวยงาม อ่านได้ง่าย	4.89	0.38	มากที่สุด
2.4 การจัดรูปแบบโครงสร้างในเว็บไซต์ง่ายต่อการอ่าน	4.78	0.51	มากที่สุด
2.5 ภาพประกอบในเว็บไซต์สามารถสื่อความหมายได้	4.89	0.34	มากที่สุด
2.6 สีพื้นหลังกับสีตัวอักษรในเว็บไซต์มีความเหมาะสมต่อการอ่าน	4.82	0.54	มากที่สุด
2.7 ภาพผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ	4.80	0.42	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมด้านความสวยงาม	4.88	0.35	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยทุกด้าน	4.85	0.39	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้งานระบบมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านความสวยงามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการใช้งานของผู้ใช้

3. สังเคราะห์แนวทางเชิงการจัดการเพื่อการนำระบบไปใช้ การดูแลรักษาระบบ และการขยายผลสู่บริบทวิสาหกิจชุมชนอื่น

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า แนวทางเชิงการจัดการเพื่อการนำระบบไปใช้และขยายผลสู่บริบทวิสาหกิจชุมชนอื่น ประกอบด้วย 1) การบริหารจัดการแบบขับเคลื่อนด้วยข้อมูล โดยกำหนดตัวชี้วัด เช่น จำนวนคำสั่งซื้อรายเดือน อัตราการซื้อซ้ำ และมูลค่าการสั่งซื้อเฉลี่ย 2) การบูรณาการระบบกับการตลาดดิจิทัลและช่องทางจำหน่ายหลายรูปแบบ 3) การจัดการข้อมูลลูกค้าเพื่อสนับสนุนการบริการหลังการขายและการสร้าง

ความสัมพันธ์กับลูกค้า 4) การกำกับดูแลระบบโดยกำหนดผู้รับผิดชอบ สิทธิการใช้งาน และการสำรองข้อมูล และ
5) การขยายผลผ่านแนวทางต้นแบบ พี่เลี้ยง และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 4 แนวทางเชิงการจัดการเพื่อการนำระบบไปใช้และขยายผล

แนวทางเชิงการจัดการ	หลักฐาน/ฐานคิดจากผลวิจัย	วิธีดำเนินงาน
1. การบริหารจัดการ แบบขับเคลื่อนด้วยข้อมูล	ระบบจัดเก็บข้อมูลสินค้าและ คำสั่งซื้อได้เป็นระบบ	กำหนดตัวชี้วัด เช่น จำนวนคำสั่งซื้อรายเดือน มูลค่าสั่งซื้อเฉลี่ย อัตราซื้อซ้ำ สินค้าขายดี และ ระยะเวลาจัดการคำสั่งซื้อ
2. การบูรณาการกับ การตลาดดิจิทัล หลายช่องทาง	ระบบช่วยเพิ่มช่องทางออนไลน์ แต่กลุ่มยังต้องเชื่อมลูกค้าจาก สื่อสังคม/ตลาดกลาง	เชื่อมเว็บไซต์กับ Facebook/LINE/TikTok/ e-Marketplace และใช้เว็บไซต์เป็นฐานข้อมูล กลางของสินค้าและคำสั่งซื้อ
3. การจัดการข้อมูลลูกค้า	ระบบมีข้อมูลสมาชิก/คำสั่งซื้อ จึงสามารถนำไปใช้ดูแลลูกค้า ต่อได้	จัดหมวดหมู่ลูกค้า ประวัติการซื้อ ความถี่ใน การซื้อ และข้อเสนอแนะ เพื่อให้บริการหลัง การขายและสื่อสารการตลาด
4. การกำกับดูแลระบบ และการสำรองข้อมูล	ระบบมีส่วนผู้ดูแลระบบและ ข้อมูลคำสั่งซื้อ ซึ่งเป็นข้อมูล สำคัญของกลุ่ม	กำหนดผู้รับผิดชอบ สิทธิการเข้าถึง รอบการ สำรองข้อมูล การตรวจสอบข้อมูลสินค้า และ การปรับปรุงเนื้อหา
5. การขยายผลผ่านพี่เลี้ยง และเครือข่ายวิสาหกิจ ชุมชน	มีการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ ผู้ดูแลระบบในพื้นที่	พัฒนาคู่มือ อบรมซ้ำ และใช้ผู้ดูแลระบบของ กลุ่มต้นแบบเป็นพี่เลี้ยงแก่ชุมชนอื่น

จากตารางที่ 4 พบว่า แนวทางเชิงการจัดการที่สังเคราะห์ได้สะท้อนให้เห็นว่าการนำระบบการจัดการ
สินค้าออนไลน์ไปใช้ในวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องดำเนินควบคู่ทั้งด้านเทคโนโลยี การจัดการข้อมูล การพัฒนา
ศักยภาพผู้ดูแลระบบ และการเชื่อมโยงกับช่องทางการตลาดดิจิทัล เพื่อให้ระบบที่พัฒนาขึ้นสามารถใช้งานได้
อย่างต่อเนื่องและขยายผลสู่บริบทวิสาหกิจชุมชนอื่นได้อย่างเหมาะสม

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ระบบการจัดการสินค้าออนไลน์สำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด
NP ที่พัฒนาขึ้นสามารถจัดการข้อมูลสินค้า หมวดหมู่สินค้า สมาชิก และคำสั่งซื้อได้อย่างเป็นระบบ อีกทั้งช่วยเพิ่ม
ช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ให้แก่วิสาหกิจชุมชน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ ญัตติกมนต์ ศิลปเสรัฐ,
วรศนันท์ บุญเต็มเจริญ และจิรพงศ์ มหาพจน์ (2566) และ คมสันติ มหาสุข, สุภาภรณ์ เขียวงาม และ จินดา คำจริง
(2565) ที่พบว่าการพัฒนาเว็บไซต์หรือเว็บแอปพลิเคชันที่สามารถจัดเก็บ จัดการ และนำเสนอข้อมูลสินค้าได้อย่าง
เป็นระบบ มีส่วนช่วยสนับสนุนการจำหน่ายสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ และอำนวยความสะดวก
แก่ผู้ใช้งาน ทั้งยังช่วยขยายช่องทางการตลาด ลดข้อจำกัดด้านสถานที่ และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าในวงกว้าง
ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับศักยภาพทางธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันในยุคดิจิทัล รวมทั้งสอดคล้อง

กับงานของ คณิดา ไกรสันติ และคณะ (2563) ที่พัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวิสาหกิจชุมชน โดยมีทั้งส่วนหน้าร้านและส่วนหลังร้านเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและประชาสัมพันธ์สินค้า

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ผู้ใช้งานระบบมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85 โดยด้านความสวยงามมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.88 รองลงมาคือด้านการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ผลดังกล่าวสนับสนุนแนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM ของ Davis (1989) ที่อธิบายว่า การรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิด UTAUT ของ Venkatesh, et al. (2003) ในประเด็นเงื่อนไขสนับสนุนการใช้งาน เนื่องจากงานวิจัยนี้มีการให้คำแนะนำและถ่ายทอดการใช้งานแก่ผู้ดูแลระบบในชุมชน จึงช่วยเสริมความมั่นใจในการใช้งานระบบเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจของงานวิจัยนี้มีทิศทางสอดคล้องกับงานของอนุพงษ์ สุขประเสริฐ และคณะ (2568: 52) ที่พบว่าผู้ใช้มีความพึงพอใจต่อเว็บแอปพลิเคชันโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้มีความแตกต่างในเชิงบริบท เนื่องจากมุ่งพัฒนาระบบสำหรับวิสาหกิจชุมชนบ้านเห็ด NP ซึ่งเป็นกลุ่มเฉพาะพื้นที่ และเน้นให้ผู้ดูแลระบบในชุมชนสามารถจัดการข้อมูลสินค้าและคำสั่งซื้อได้ด้วยตนเอง สะท้อนว่าความง่ายในการใช้งานและเงื่อนไขสนับสนุนมีความสำคัญต่อวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า แนวทางเชิงการจัดการเพื่อการนำระบบไปใช้ การดูแลรักษาระบบ และการขยายผลสู่บริบทวิสาหกิจชุมชนอื่น ควรประกอบด้วยการบริหารจัดการแบบขับเคลื่อนด้วยข้อมูล การบูรณาการระบบกับการตลาดดิจิทัล การจัดการข้อมูลลูกค้า การกำกับดูแลระบบและการสำรองข้อมูล และการขยายผลผ่านกลไกพี่เลี้ยงและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมของ Rogers (2003 : 31) ในประเด็นความได้เปรียบเชิงสัมพัทธ์และความสอดคล้องกับบริบทผู้ใช้ กล่าวคือ ระบบที่พัฒนาขึ้นมีความได้เปรียบเมื่อเทียบกับการบันทึกข้อมูลแบบเดิม เนื่องจากช่วยให้การจัดการสินค้าและคำสั่งซื้อเป็นระบบมากขึ้น และมีความสอดคล้องกับบริบทของวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็กที่ต้องการระบบซึ่งควบคุมข้อมูลได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสนับสนุนแนวคิด TAM และ UTAUT โดยระบบที่มีความง่ายในการใช้งาน มีเมนูเหมาะสม มีประโยชน์ต่อการจัดการข้อมูล และมีเงื่อนไขสนับสนุน เช่น การอบรม คู่มือการใช้งาน และผู้ดูแลระบบในพื้นที่ จะช่วยส่งเสริมการยอมรับและการใช้งานระบบอย่างต่อเนื่อง (Davis. 1989; Venkatesh, et al. 2003) เมื่อพิจารณาในบริบทวิสาหกิจชุมชน การยอมรับเทคโนโลยีจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของระบบเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับการจัดการภายใน ความพร้อมของสมาชิก การแบ่งบทบาทผู้ดูแลระบบ และการนำข้อมูลจากระบบไปใช้วางแผนการตลาดและการผลิตอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

1.1 ระบบการจัดการสินค้าออนไลน์สามารถสนับสนุนการจัดการข้อมูลสินค้า คำสั่งซื้อ และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้แก่วิสาหกิจชุมชนได้ ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนควรกำหนดผู้รับผิดชอบในการดูแลระบบอย่างชัดเจน ทั้งด้านการเพิ่มข้อมูลสินค้า การตรวจสอบคำสั่งซื้อ การปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน และการสำรองข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

1.2 กำหนดตัวชี้วัดการใช้งานระบบ เช่น จำนวนคำสั่งซื้อรายเดือน จำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์ อัตราการซื้อซ้ำ และมูลค่าการสั่งซื้อเฉลี่ย เพื่อนำข้อมูลมาใช้งานแผนการตลาดและปรับปรุงการดำเนินงานของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

1.3 ในด้านการตลาดควรบูรณาการระบบการจัดการสินค้าออนไลน์ร่วมกับช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ ระบบขนส่ง และระบบชำระเงินดิจิทัล เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าและลดข้อจำกัดด้านพื้นที่จำหน่ายสินค้า

1.4 ควรจัดทำคู่มือการใช้งานระบบและจัดอบรมทบทวนแก่ผู้ดูแลระบบหรือสมาชิกกลุ่มเป็นระยะ เพื่อให้สามารถดูแลระบบได้ด้วยตนเองและทำให้การใช้งานระบบเกิดความต่อเนื่องในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจของการใช้ระบบการจัดการสินค้าออนไลน์ โดยเปรียบเทียบข้อมูลก่อนและหลังการใช้ระบบ เช่น รายได้จากการจำหน่ายสินค้า จำนวนคำสั่งซื้อ ต้นทุนในการจัดการคำสั่งซื้อ ระยะเวลาในการให้บริการลูกค้า และอัตราการซื้อซ้ำ เพื่อให้สามารถประเมินผลของระบบต่อการยกระดับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

2.2 ควรศึกษาการเชื่อมต่อระบบกับแพลตฟอร์มภายนอก เช่น ตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ระบบขนส่ง ระบบชำระเงินออนไลน์ และระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ รวมถึงควรประเมินด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูล การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และความยั่งยืนของระบบในระยะยาว

2.3 ขยายการศึกษาไปยังวิสาหกิจชุมชนประเภทอื่นหรือพื้นที่อื่น เพื่อเปรียบเทียบความเหมาะสมของระบบในบริบทที่แตกต่างกัน

2.4 ควรศึกษาการบูรณาการปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่เข้ากับระบบการจัดการสินค้าออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชน เช่น การพยากรณ์ยอดขาย การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า การแนะนำสินค้า การวางแผนปริมาณการผลิต และการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาด เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถใช้ข้อมูลจากระบบในการตัดสินใจเชิงบริหารได้อย่างแม่นยำและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดดิจิทัล

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณการสนับสนุนทุนวิจัยจากทุนอุดหนุนการวิจัย ด้านวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ววน.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

รายการอ้างอิง

เกียรติพงษ์ อุดมธนธีระ. (2562). วงจรการพัฒนาแบบ (System Development Life Cycle : SDLC). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://dol.dip.go.th/th/category/2019-02-08-08-57-30/2019-03-15-11-06-29>. [22 สิงหาคม 2567].

คณิดา ไกรสันติ และคณะ. (2563). การพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำขนมสตูล ตำบลอุเฒะเจริญ อำเภอดอนจาน จังหวัดสกลนคร. ใน เอกสารประกอบการประชุมภาคใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11. (หน้า 699-709). สงขลา : มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

- คมสันติ มหาสุข, สุภาภรณ์ เขียวงาม และจินดา คำจริง. (มกราคม-เมษายน 2565). “การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์เลี้ยง: กรณีศึกษาร้าน Petshop.” **วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม**. 4(1) : 18 - 31.
- ณัฐกมลนต์ ศิลปเสริฐ, วรศนันท์ บุญเต็มเจริญ และจิรพงศ์ มหาพจน์. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2566). “แนวทางพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันศูนย์ผลิตภัณฑ์สินค้าของฝากภาคใต้.” **วารสารวิชาการเฉลิมกาญจนา**. 10(2) : 174-179.
- ทิพย์หทัย ทองธรรมชาติ. (มกราคม-มิถุนายน 2568). “การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านหนองบัว อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก.” **วารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น**. 6(1) : 13 - 28.
- นุชนาถ ทับครุฑ และศุภกัญญา บุญเกื้อ. (มกราคม-เมษายน 2566). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรัง.” **วารสารนาคบุตรปริทรรศน์**. 15(1) : 13-24.
- นฤศร มังกรศิลา, นุจิรี บุรีรัตน์ และเกษม เขมพูมเรืองศรี. (กรกฎาคม-กันยายน 2567). “การตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยนำเสนอด้วยทุนทางวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนหุบกะพง จังหวัดเพชรบุรี.” **วารสารการจัดการโซ่คุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ**. 3(3) : 14-27.
- ศรินนา แก้วสีเคน และภัครดา เกิดประทุม. (กันยายน-ตุลาคม 2566). “การพัฒนากลยุทธ์เพื่อยกระดับวิสาหกิจชุมชนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์.” **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร**. 11(6) : 2426-2441.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์. (2566). **การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.tpsso.go.th/document/2404-0000000003>. [22 สิงหาคม 2567].
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2567). **ETDA เผยมูลค่าอีคอมเมิร์ซไทย ปี 66 พุ่งแตะ 5.96 ล้านล้านบาท อุตสาหกรรมประกันภัย โตมากที่สุด ร้อยละ 31**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : https://www.etda.or.th/th/pr-news/Dgt_ecom_survey2024.aspx [2 มิถุนายน 2567]
- อนุพงษ์ สุขประเสริฐ และคณะ (พฤศจิกายน-ธันวาคม 2568). “การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มศักยภาพการขายสินค้าสำหรับผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์.” **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**. 7(6) : 44-56.
- Amornkitvikai, Y., et al. (July 2022). “Barriers and factors affecting the e-commerce sustainability of Thai micro-, small- and medium-sized enterprises (MSMEs).” **Sustainability**. 14(14) : 8476.
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling techniques**. 3rd ed. New York : Wiley.
- Davis, F. D. (September 1989). “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology.” **MIS Quarterly**. 13(3) : 319-340.
- Kokanuch, A., Tantipatum, M., & Khunsri, P. (July – December 2024). “Research and development of e-Marketplace for community enterprises in Loei Province using the PDCA process.” **BU Academic Review**. 23(2): 24-39.

- Likert, R. (June 1932). "A technique for the measurement of attitudes." **Archives of Psychology**. 22(140) : 1-55
- Madhavan, M., Sharafuddin, M. A., & Wangtueai, S. (April 2025). "Factors influencing cross-border e-commerce adoption of Thai MSMEs: A fuzzy DEMATEL approach." **Sustainability**. 17(8): 3632.
- Pinyanitikorn, N., Atthirawong, W., & Chanpuypetch, W. (July 2024). "Examining the intention to adopt an online platform for freight forwarding services in Thailand: A modified Unified Theory for Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model approach." **Logistics**. 8(3) : 76.
- Rogers, E. M. (2003). **Diffusion of innovations**. 5th ed. New York : Free Press.
- Venkatesh, V., et al (September 2003). "User acceptance of information technology: Toward a unified view." **MIS Quarterly**. 27(3): 425-478.

การพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจีโอพาร์คและการอนุรักษ์ฟอสซิล ในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค

Development of an Online Learning Module on Geoparks and Fossil Conservation in the Khorat Geopark Area

อภิสิทธิ์ เดิมสันเตีย^{1,*}, เมธี ทองดี², และศิววิชญ์ จันอรัญ³

Abhisith Doemsuntia^{1,*}, Metee Thongdee², and Siwawich Chan-aran³

Received 18 February 2026
Revised 16 June 2026
Accepted 28 June 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการในการเรียนรู้และกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมเกี่ยวกับจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิลในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค 2) ออกแบบและพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิล ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน 3) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนก่อนและหลังเรียนด้วยโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น และ 4) ประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และการใช้งานของโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ครู และประชาชนทั่วไป จำนวน 30 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถาม และแบบทดสอบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการเรียนรู้ด้านจีโอพาร์คและการอนุรักษ์ฟอสซิลในระดับมาก 2) โมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นด้วยภาษา PHP และฐานข้อมูล MySQL

¹ ศศ.ม. การจัดการสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2551. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สังกัดสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

¹ M.A. Information Management, Khon Kaen University, 2008. Assistant Professor of Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

* Corresponding author, email: doemsuntia@outlook.co.th

² ป.ด. เทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยรังสิต, 2556. อาจารย์สังกัดสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

² Ph.D. Information Technology, Rangsit University, 2013. Lecturer of Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

³ วท.ม. เทคโนโลยีสารสนเทศ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2552. อาจารย์สังกัดสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

³ M.S. Information Technology, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, 2009. Lecturer of Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน ($\bar{X}$ = 17.37, S.D. = 1.19) สูงกว่าก่อนเรียน ($\bar{X}$ = 9.83, S.D. = 1.44) และ 4) ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อโมดูลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.53) สรุปได้ว่าโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นสามารถใช้เป็นสื่อเผยแพร่องค์ความรู้และส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรณีในพื้นที่โคราชจีโอพาร์คได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: โมดูลการเรียนรู้ออนไลน์, จีโอพาร์ค, การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์, การอนุรักษ์ฟอสซิล, โคราชจีโอพาร์ค

Abstract

This study aimed to 1) investigate learning needs and determine appropriate content related to geoparks, geotourism, and fossil conservation in the Khorat Geopark area, 2) design and develop an online learning module on geoparks, geotourism, and fossil conservation in the form of a web application, 3) compare learners' academic achievement before and after using the developed online learning module, and 4) evaluate learners' satisfaction with the content, presentation format, and usability of the online learning module. The sample consisted of 30 participants, including students, teachers, and members of the general public, selected through purposive sampling. The research instruments included questionnaires and achievement tests. Data were analyzed using mean and standard deviation.

The results revealed that 1) the target group had a high level of learning need regarding geoparks and fossil conservation, 2) the developed online learning module, created using PHP and MySQL database, functioned efficiently, 3) learners' post-test mean score ($\bar{X}$ = 17.37, S.D. = 1.19) was higher than the pre-test mean score ($\bar{X}$ = 9.83, S.D. = 1.44), and 4) overall learner satisfaction with the module was at the highest level ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.53). In conclusion, the developed online learning module is an effective tool for disseminating knowledge and promoting georesource conservation in the Khorat Geopark.

Keywords: Online Learning Module, Geopark, Geotourism, Fossil Conservation, Khorat Geopark

บทนำ

โคราชจีโอพาร์ค (Khorat Geopark) เป็นพื้นที่มรดกทางธรณีที่มีความสำคัญระดับนานาชาติ ครอบคลุมพื้นที่สำคัญของจังหวัดนครราชสีมา และได้รับการรับรองจากองค์การยูเนสโกให้เป็นอุทยานธรณีโลก (UNESCO Global Geopark) เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 นับเป็นแห่งที่ 2 ของประเทศไทย (UNESCO. 2023; กรมประชาสัมพันธ์. 2566) พื้นที่ดังกล่าวมีความโดดเด่นด้านทรัพยากรธรณี แหล่งฟอสซิล และประวัติศาสตร์ทางธรรมชาติที่มีคุณค่าต่อการศึกษา การวิจัย และการท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ อีกทั้งยังเป็นแหล่งเรียนรู้สำคัญที่สามารถส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรณีแก่เยาวชนและประชาชนทั่วไป แม้โคราชจีโอพาร์คจะมีศักยภาพเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญ แต่การเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิลยังคงมีข้อจำกัด เนื่องจากสื่อการเรียนรู้ส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบเอกสาร นิทรรศการ หรือการ

เข้าชมสถานที่จริง ซึ่งผู้เรียนบางกลุ่มไม่สามารถเข้าถึงได้สะดวก ส่งผลให้การเรียนรู้และการสร้างความตระหนักด้านการอนุรักษ์ยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะนักเรียน นักศึกษา และประชาชนในพื้นที่ห่างไกล

ปัจจุบันเทคโนโลยีการเรียนรู้ออนไลน์ (e-Learning) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการจัดการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เนื่องจากสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา และรองรับผู้เรียนจำนวนมากได้อย่างมีประสิทธิภาพ Cheng (2011) อธิบายว่า คุณภาพของระบบ (System quality) คุณภาพของสารสนเทศ (Information quality) และคุณภาพของบริการ (Service quality) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบ e-Learning ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพของการเรียนรู้และผลการเรียนของผู้เรียน ขณะเดียวกัน ประวิทย์ นาคมณู (2568) และ มานิตา ลาโกดม, ณัฐพล จำไพ และบุญรัตน์ แผลงศร (2567) พบว่าการพัฒนาบทเรียนออนไลน์และการจัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended learning) สามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ยังสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable development Goals: SDGs) เป้าหมายที่ 4 ด้านการศึกษาที่มีคุณภาพ (Quality education) ซึ่งมุ่งส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างเท่าเทียม ลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ และเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตของผู้เรียนทุกกลุ่ม

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา พบว่าส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ในรายวิชาทั่วไปหรือเนื้อหาเฉพาะด้านการศึกษา แต่ยังไม่พบการพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ที่บูรณาการองค์ความรู้ด้านจิตวิทยา การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิลในบริบทของโคราชจีโอพาร์คอย่างเป็นระบบ จึงเกิดช่องว่างขององค์ความรู้ (Research gap) ในการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ดิจิทัลที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลด้านจิตวิทยา และการอนุรักษ์ฟอสซิลแก่ผู้เรียนทุกกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจิตวิทยา การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิลในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน โดยใช้ภาษา PHP และฐานข้อมูล MySQL เพื่อเป็นสื่อการเรียนรู้ที่สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สร้างความตระหนักด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรณี และสนับสนุนการเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับโคราชจีโอพาร์คสู่สาธารณชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการในการเรียนรู้และกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมเกี่ยวกับจิตวิทยา การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิลในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค จากนักเรียน นักศึกษา ครู และประชาชนทั่วไป
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจิตวิทยา การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิล ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน โดยใช้ภาษา PHP และฐานข้อมูล MySQL
3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนก่อนและหลังเรียนด้วยโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และการใช้งานของโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ข้อมูลความต้องการในการเรียนรู้และแนวทางการกำหนดเนื้อหาด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์พอสซิลที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
2. ได้โมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์พอสซิลในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ที่สามารถเข้าถึงได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและรองรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง
3. ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์พอสซิลเพิ่มขึ้นหลังจากเรียนผ่านโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์
4. ได้ข้อมูลความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และการใช้งานของโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

เพื่อให้การวิจัยมีพื้นฐานทางวิชาการที่ถูกต้องและสนับสนุนการพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจีโอพาร์คและการอนุรักษ์พอสซิลในพื้นที่โคราชจีโอพาร์คอย่างเป็นระบบผู้วิจัยจึงได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในประเด็นสำคัญหลายด้าน ได้แก่ ข้อมูลด้านพอสซิลและความสำคัญทางธรณีวิทยา แนวคิดเกี่ยวกับจีโอพาร์คและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การอนุรักษ์พอสซิลในระดับชุมชน บทบาทของเทคโนโลยี e-Learning ในการเสริมสร้างการเรียนรู้ และสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินในการขับเคลื่อนองค์ความรู้ด้านธรณีวิทยาในท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นฐานความรู้ในการกำหนดแนวทางการวิจัย พัฒนาเครื่องมือ และประเมินผลการใช้งานโมดูลอย่างมีประสิทธิภาพ

1. จีโอพาร์คและการอนุรักษ์พอสซิล

จีโอพาร์ค (Geopark) เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญด้านมรดกทางธรณี ธรรมชาติ และวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์ การศึกษา และการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวเชิงธรณี (UNESCO Global Geopark) (UNESCO. 2023) โคราชจีโอพาร์ค (Khorat Geopark) เป็นพื้นที่ธรณีวิทยาที่มีความสำคัญระดับชาติและนานาชาติ ครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา โดยเฉพาะอำเภอเสิงสาง และเป็นแหล่งรวบรวมซากดึกดำบรรพ์ที่สำคัญ โดยพื้นที่นี้ได้รับการรับรองเป็นอุทยานธรณีระดับประเทศเมื่อปี 2561 (ประเทือง จินตสกุล. 2561) และต่อมาได้รับการประกาศเป็นอุทยานธรณีโลก (UNESCO Global Geopark) อย่างเป็นทางการในวันที่ 17 พฤษภาคม 2566 ถือเป็นแห่งที่ 2 ของประเทศไทย (สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหิน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. 2566) โคราชจีโอพาร์คเป็นแหล่งมรดกทางธรณีที่สำคัญของประเทศไทย มีแหล่งพอสซิลและทรัพยากรธรณีที่มีคุณค่าทางวิชาการและการเรียนรู้ การส่งเสริมความรู้ด้านจีโอพาร์คและการอนุรักษ์พอสซิลจึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน (มัตติกา ชัยมีแรง. 2568) ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค และพบว่าพื้นที่ดังกล่าวมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และทรัพยากรธรณี ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่สามารถเผยแพร่องค์ความรู้ดังกล่าวสู่สาธารณชนได้อย่างกว้างขวาง

2. แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ออนไลน์และโมดูลการเรียนรู้ (e-Learning Module)

การเรียนรู้ออนไลน์ (e-Learning) เป็นรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่อาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงองค์ความรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา และส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง Cheng (2011) พบว่าคุณภาพของระบบ การออกแบบเนื้อหา และความสะดวกในการใช้งาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพการเรียนรู้ของผู้เรียน งานวิจัยในช่วงหลังสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ที่มีการใช้สื่อมัลติมีเดียและกิจกรรมเชิงโต้ตอบสามารถเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ประวิทย์ นาคมอญ (2568) พบว่าเว็บไซต์บทเรียนออนไลน์ร่วมกับ PRAWIT+E Model มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานและช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ขณะที่ สุปรีดา มณีปันดี และคณะ (2568) พบว่า บทเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Line ช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจของผู้เรียนในระดับมากที่สุด

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวิทย์ นาคมอญ (2568) ได้ศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์บทเรียนออนไลน์ www.ครูวิท.ไทย เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น ร่วมกับกระบวนการ PRAWIT+E Model สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ชั้นปีที่ 1 โรงเรียนบ้านพญาวัน ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการทดสอบประสิทธิภาพเว็บไซต์บทเรียนออนไลน์ www.ครูวิท.ไทย เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น ร่วมกับกระบวนการ PRAWIT+E Model มีประสิทธิภาพ 85.00/93.57 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยเว็บไซต์บทเรียนออนไลน์ www.ครูวิท.ไทย เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น ร่วมกับกระบวนการ PRAWIT+E Model หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนด้วยเว็บไซต์บทเรียนออนไลน์ www.ครูวิท.ไทย เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น ร่วมกับกระบวนการ PRAWIT+E Model อยู่ในระดับมากที่สุด

สุปรีดา มณีปันดี และคณะ (2568) ได้ศึกษาการพัฒนาบทเรียนสอนเสริมออนไลน์ผ่านสื่อแอปพลิเคชันไลน์ รายวิชาการพยาบาลเด็กและวัยรุ่น สำหรับนักศึกษาพยาบาล ผลการวิจัยคะแนนเฉลี่ยของการทดสอบก่อนเรียนกับหลังเรียนทันทีและหลังเรียน 2 สัปดาห์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F=23.19$, $p<.001$) บทเรียนสอนเสริมผ่านสื่อแอปพลิเคชันไลน์มีคุณภาพในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.76$, $SD=0.37$) และนักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.69$, $SD=0.39$) สรุปผลบทเรียนสอนเสริมผ่านสื่อแอปพลิเคชันไลน์มีคุณภาพและใช้งานได้ง่ายทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้แบบนำตนเองส่งผลให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้น ดังนั้นสามารถนำมาใช้พัฒนาการเรียนรู้ออนไลน์ในรายวิชาการพยาบาลเด็กและวัยรุ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เมธิตา สาไพรวัน, พุทธิชาติ อังณะกูร และศรัณวิทย์ พรหมสาขา ณ สกลนคร (2565) ได้ศึกษาการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ผ่านระบบ e-Learning เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองของผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา โดยใช้สื่อมัลติมีเดียร่วมกับกิจกรรมการเรียนรู้เชิงโต้ตอบ ผลการวิจัยพบว่า บทเรียนออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพในระดับมาก ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และมีความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยสรุปว่า การออกแบบบทเรียนที่คำนึงถึงความต้องการของผู้เรียน การใช้สื่อมัลติมีเดีย และการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของระบบ e-Learning

มานิตา ลาโกตม, ณัฐพล ร้าไพ และบุญรัตน์ แผลงศร (2567) ได้ศึกษาการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ ร่วมกับกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended learning) เรื่องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างปลอดภัย สำหรับนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัยพบว่า บทเรียนที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน และมีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ การออกแบบบทเรียนที่ผสมผสานการเรียนรู้ในชั้นเรียนร่วมกับกิจกรรมออนไลน์ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองได้ดียิ่งขึ้น

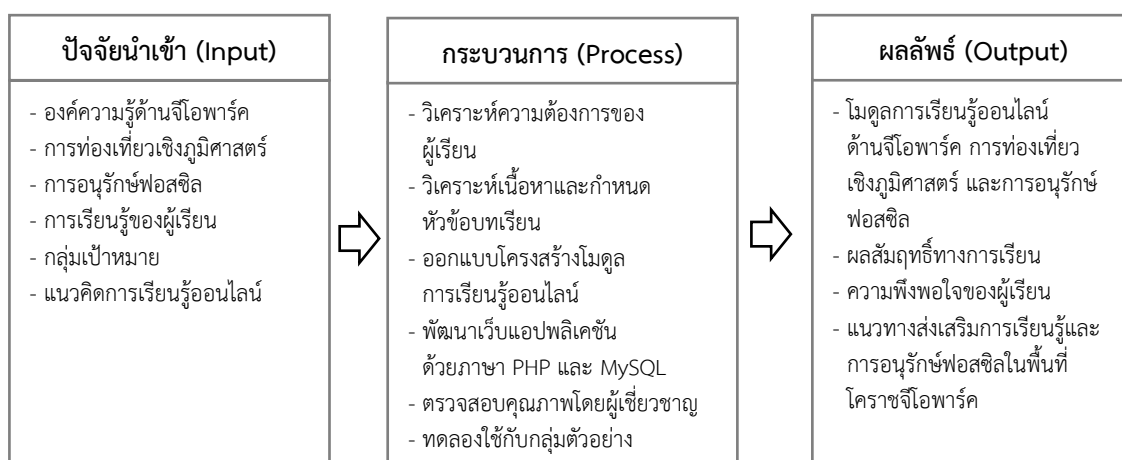
สาโรช สอาดเยี่ยม (2561) ได้ศึกษาการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ (e-Learning) เรื่อง การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน ด้วยโปรแกรม Adobe Captivate สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพของบทเรียนออนไลน์ (e-Learning) เรื่อง การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน ด้วยโปรแกรม Adobe Captivate 2) เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนที่เรียนด้วยบทเรียนที่พัฒนาขึ้น 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อบทเรียนที่พัฒนาขึ้น ผลการวิจัย พบว่า 1) บทเรียนมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์เท่ากับ 80.50/81.00 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (80/80) 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนหลังเรียนโดยใช้บทเรียนออนไลน์ (e-Learning) มีค่าสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 3) ผู้เรียนมีความคิดเห็นต่อการเรียนรู้ด้วย บทเรียนออนไลน์ (e-Learning) ระดับดีมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.55) สรุปบทเรียนออนไลน์ (e-Learning) นี้มีประสิทธิภาพ ผู้สอนสามารถนำบทเรียนไปใช้จัดกิจกรรมการเรียนการสอนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ของบทเรียนได้

Cheng (2011) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ (e-Learning Acceptance) และผลลัพธ์ที่เกิดจากการยอมรับระบบ โดยอาศัยกรอบแนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ที่ขยายเพิ่มเติม เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านระบบ ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านเครือข่ายที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ตลอดจนความตั้งใจในการใช้งานระบบ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของระบบและคุณภาพของข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของระบบ ซึ่งนำไปสู่การยอมรับการใช้งาน e-Learning และส่งผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ใช้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยเสนอว่าการพัฒนาระบบ e-Learning ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบระบบที่มีคุณภาพ มีความสะดวกในการใช้งาน มีข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ รวมทั้งสนับสนุนปัจจัยด้านสังคมและสภาพแวดล้อมในการใช้งาน เพื่อส่งเสริมการยอมรับเทคโนโลยีและเพิ่มประสิทธิผลของการเรียนรู้ในระยะยาว

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นการพัฒนาบทเรียนออนไลน์เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจของผู้เรียน โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือสนับสนุนการเรียนรู้ ผลการวิจัยส่วนใหญ่สอดคล้องกันว่า การออกแบบเนื้อหาที่เหมาะสม การใช้สื่อมัลติมีเดีย และการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน ส่งผลให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบงานวิจัยที่พัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ซึ่งบูรณาการองค์ความรู้ด้านจิตวิทยา การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์พอสซิลในบริบทของโคราชจีโอพาร์คโดยตรง จึงเกิดช่องว่างทางการวิจัย (Research gap) ในการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ดิจิทัลที่สามารถเผยแพร่องค์ความรู้เฉพาะพื้นที่และส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรได้อย่างเป็นระบบ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดด้านการเรียนรู้ออนไลน์ (e-Learning) ร่วมกับแนวคิดการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Learner-Centered learning) และองค์ความรู้ด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์พอสซิล มาใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ โดยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวทาง Input-Process-Output ประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ ความต้องการของผู้เรียนและองค์ความรู้ด้านจีโอพาร์ค กระบวนการ ได้แก่ การออกแบบและพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ และผลลัพธ์ ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจของผู้เรียน รายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

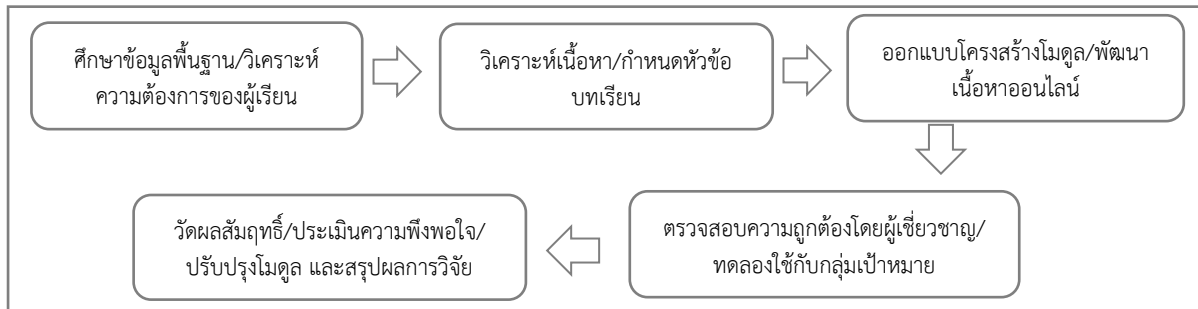
ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2569.

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R&D) เพื่อพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์พอสซิลในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินงานตามกระบวนการพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ จำนวน 5 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนภาพขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัย

ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2569.

1.1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานและวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียน

ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจีโอพาร์ค การอนุรักษ์ฟอสซิล และการเรียนรู้ออนไลน์ รวมทั้งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ครู และประชาชนทั่วไป โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบสอบถามความต้องการในการเรียนรู้ กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 30 คน ข้อมูลที่เก็บรวบรวมประกอบด้วย ความต้องการด้านเนื้อหา รูปแบบการเรียนรู้ สื่อการเรียนรู้ที่ต้องการ และฟังก์ชันที่ควรมีในระบบ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลถูกนำมาใช้ในการกำหนดเนื้อหาและออกแบบโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์

1.2 วิเคราะห์เนื้อหาและกำหนดหัวข้อบทเรียน

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการศึกษาความต้องการของผู้เรียนมาวิเคราะห์ร่วมกับเอกสารทางวิชาการและข้อมูลจากสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณี เพื่อกำหนดโครงสร้างเนื้อหาและหัวข้อบทเรียน โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 หน่วยการเรียนรู้ ได้แก่ 1) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับจีโอพาร์ค 2) โคราชจีโอพาร์คและแหล่งเรียนรู้ทางธรณี 3) ฟอสซิลและทรัพยากรธรณีในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค และ 4) การอนุรักษ์ฟอสซิลและการท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์

1.3 ออกแบบและพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์

ผู้วิจัยออกแบบโครงสร้างระบบและพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ในรูปแบบเว็บ แอปพลิเคชัน โดยใช้ภาษา PHP ร่วมกับฐานข้อมูล MySQL และ Bootstrap Framework ประกอบด้วยระบบสมาชิก บทเรียนออนไลน์ วิดีโอประกอบการเรียน แบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน ระบบติดตามผลการเรียน และรายงานผลการเรียนรู้

1.4 ตรวจสอบคุณภาพและทดลองใช้ระบบ

โมดูลที่พัฒนาขึ้นได้รับการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม และความสอดคล้องของเนื้อหา จากนั้นนำระบบไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการใช้งานและเก็บข้อมูลผลการเรียนรู้

1.5 วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ประเมินความพึงพอใจ และปรับปรุงโมดูล

ผู้เรียนทำแบบทดสอบก่อนเรียน (Pre-test) และหลังเรียน (Post-test) จำนวน 20 ข้อ เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และตอบแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

(บุญชม ศรีสะอาด. 2560) วิเคราะห์ค่าด้วยค่ามัธยฐาน (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และแปลผลระดับความพึงพอใจตามเกณฑ์ หลังจากใช้งานระบบ ผู้วิจัยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และปรับปรุงโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ครู และประชาชนทั่วไปที่สนใจเรียนรู้เกี่ยวกับจีโอพาร์คและการอนุรักษ์ฟอสซิลในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ครู และประชาชนทั่วไปจำนวน 30 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากผู้ที่มีสมัครใจเข้าร่วมการทดลองใช้โมดูลการเรียนรู้ออนไลน์

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามความต้องการในการเรียนรู้ 2) โมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิล 3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน จำนวน 20 ข้อ 4) แบบสอบถามความพึงพอใจแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 3 ระยะ ได้แก่ 1) ศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม 2) นำโมดูลที่พัฒนาขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพและปรับปรุงแก้ไข 3) ทดลองใช้โมดูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยให้ทำแบบทดสอบก่อนเรียน ศึกษาบทเรียน และทำแบบทดสอบหลังเรียน พร้อมตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

5.1 เพื่อศึกษาความต้องการในการเรียนรู้และกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมเกี่ยวกับจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิลในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.2 เพื่อออกแบบและพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิล วิเคราะห์ผลการประเมินคุณภาพของโมดูลจากผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของเนื้อหาและระบบ

5.3 เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนก่อนและหลังเรียนด้วยโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ วิเคราะห์คะแนนแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน

5.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลตามเกณฑ์มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้นำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 4 ข้อ โดยสอดคล้องกับขั้นตอนการดำเนินการวิจัยที่กำหนดไว้ในภาพที่ 2 ดังนี้

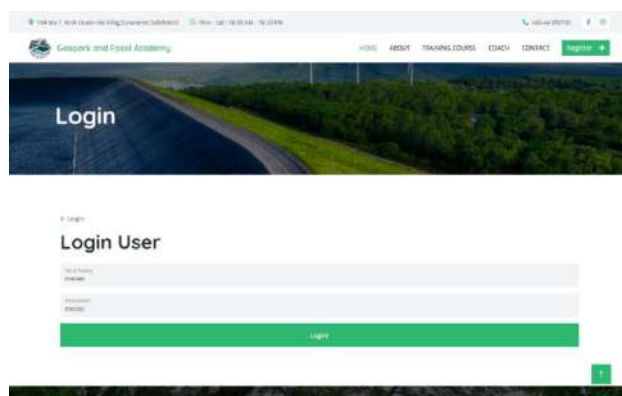
1. ผลการศึกษาความต้องการในการเรียนรู้และกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมเกี่ยวกับจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิลในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค

จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ครู และประชาชนทั่วไป จำนวน 30 คน พบว่า ผู้เรียนมีความต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิลในระดับมาก โดยต้องการเนื้อหาที่เข้าใจง่าย มีภาพประกอบ วิดีโอ และกิจกรรมการเรียนรู้ที่สามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวถูกนำมาใช้กำหนดเนื้อหาและหัวข้อบทเรียนของโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ จำนวน 4 หน่วยการเรียนรู้ ได้แก่ 1) ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับจีโอพาร์ค 2) โคราชจีโอพาร์คและแหล่งเรียนรู้ทางธรณี 3) ฟอสซิลและทรัพยากรธรณีในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค และ 4) การอนุรักษ์ฟอสซิลและการท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์

2. ผลการออกแบบและพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิล

ผู้วิจัยได้พัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน โดยใช้ภาษา PHP และฐานข้อมูล MySQL ประกอบด้วยระบบสมาชิก บทเรียนออนไลน์ วิดีโอประกอบการเรียน แบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน ระบบติดตามผลการเรียน และแบบประเมินความพึงพอใจ ผลการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 3 ท่าน พบว่า โมดูลการเรียนรู้ออนไลน์มีความเหมาะสม สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่กำหนดไว้

2.1 ผลการทำงานโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิล โดยสามารถเข้าออนไลน์ที่ <https://trdnrru.net/khoratgeopark> แสดงดังภาพต่อไปนี้



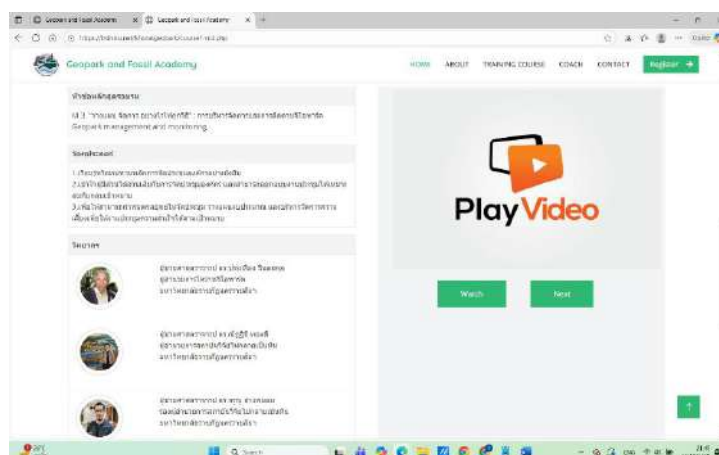
ภาพที่ 3 หน้าเข้าสู่ระบบโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์

ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2569.



ภาพที่ 4 หน้าคอร์สเรียนโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์

ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2569.



ภาพที่ 5 หน้าหัวข้อการเรียนรู้โมดูลการเรียนรู้ออนไลน์

ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2569.

3. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนก่อนและหลังเรียนด้วยโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์

ผลการวิเคราะห์คะแนนแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน พบว่า ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 9.83 คะแนน (S.D. = 1.44) จากคะแนนเต็ม 20 คะแนน และมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 17.37 คะแนน (S.D. = 1.19) ผลการเปรียบเทียบแสดงให้เห็นว่าผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างชัดเจน สะท้อนให้เห็นว่าโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นสามารถส่งเสริมความรู้ด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียน

การทดสอบ	N	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	S.D.
ก่อนเรียน (Pre-test)	30	20	9.83	1.44
หลังเรียน (Post-test)	30	20	17.37	1.19

4. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และการใช้งานของโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เรียน พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.50, S.D. = 0.53) รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งานระบบ ($\bar{X}$ = 4.60) การเข้าถึงบทเรียนออนไลน์ ($\bar{X}$ = 4.57) และความชัดเจนของเนื้อหา ($\bar{X}$ = 4.53) ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความรวดเร็วของระบบ ($\bar{X}$ = 4.37) และความครบถ้วนของเนื้อหา ($\bar{X}$ = 4.40) แต่ยังคงอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนยอมรับและมีความพึงพอใจต่อโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์

หัวข้อประเมินความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความชัดเจนของเนื้อหา	4.53	0.51	มากที่สุด
2. ความเหมาะสมของเนื้อหา	4.47	0.57	มากที่สุด
3. ความน่าสนใจของบทเรียน	4.43	0.55	มากที่สุด
4. ความเข้าใจง่ายของบทเรียน	4.50	0.50	มากที่สุด
5. ความครบถ้วนของเนื้อหา	4.40	0.58	มาก
6. ความสะดวกในการใช้งานระบบ	4.60	0.49	มากที่สุด
7. การเข้าถึงบทเรียนออนไลน์	4.57	0.50	มากที่สุด
8. ความเหมาะสมของการออกแบบระบบ	4.53	0.51	มากที่สุด
9. ความรวดเร็วของระบบ	4.37	0.59	มาก
รวม	4.50	0.53	มากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจิตวิทยา การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์พอสซิลในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. การศึกษาความต้องการในการเรียนรู้และกำหนดเนื้อหาที่เหมาะสมเกี่ยวกับจิตวิทยา การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์พอสซิลในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียน นักศึกษา ครู และประชาชนทั่วไป มีความต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับจิตวิทยา การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์พอสซิลในระดับมาก โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแหล่งพอสซิลธรณีวิทยา และประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของโคราชจีโอพาร์ค ผู้วิจัยเห็นว่าผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการ

องค์ความรู้ที่เชื่อมโยงกับบริบทจริงและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ สอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้แบบผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Learner-Centered learning) ที่เน้นให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้จากประสบการณ์และบริบทใกล้ตัว นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัตติกา ชัยมีแรง (2568) ที่พบว่า พื้นที่โคราช จีโอพาร์คมีศักยภาพสูงด้านการเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งควรได้รับการส่งเสริมผ่านกระบวนการเรียนรู้และการเผยแพร่องค์ความรู้สู่สาธารณชนอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงมองว่าการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ดิจิทัลเป็นแนวทางสำคัญในการเชื่อมโยงองค์ความรู้ด้านจีโอพาร์ควัฒนธรรมกับผู้เรียนในยุคดิจิทัล และช่วยสร้างความตระหนักรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน

2. การออกแบบและพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิล

ผลการวิจัยพบว่า โมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิลที่พัฒนาขึ้นในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชันสามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และความสะดวกในการใช้งาน ผู้วิจัยเห็นว่าการสำเร็จดังกล่าวเกิดจากการนำผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียนมาใช้ในการออกแบบโครงสร้างเนื้อหา กิจกรรมการเรียนรู้ และส่วนติดต่อผู้ใช้งานให้เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียน ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงองค์ความรู้และเรียนรู้ด้วยตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cheng (2011) ซึ่งอธิบายว่า คุณภาพของระบบ คุณภาพของสารสนเทศ การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบ e-Learning และนำไปสู่การใช้งานอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิผล ดังนั้น การออกแบบโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ที่คำนึงถึงความถูกต้องของเนื้อหา ความสะดวกในการใช้งาน และการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม จึงช่วยส่งเสริมการยอมรับเทคโนโลยีของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานของเมธิตา สาไพรวัน, พุทธชาติ อังณะกูร และศรัณวิชัย พรหมสาขา ณ สกลนคร (2565) ที่พบว่า การออกแบบบทเรียนออนไลน์โดยใช้สื่อมัลติมีเดียและกิจกรรมการเรียนรู้เชิงโต้ตอบ ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วม ความสนใจ และประสิทธิภาพในการเรียนรู้ของผู้เรียน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาระบบการเรียนรู้ออนไลน์ที่ให้ความสำคัญทั้งคุณภาพของระบบและการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่เหมาะสม จะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และการยอมรับการใช้งานระบบในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนด้วยโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เรียนมีคะแนนเฉลี่ยหลังเรียน ($\bar{X} = 17.37$, S.D. = 1.19) สูงกว่าก่อนเรียน ($\bar{X} = 9.83$, S.D. = 1.44) แสดงให้เห็นว่าโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์สามารถเพิ่มพูนความรู้ด้านจีโอพาร์ค การท่องเที่ยวเชิงภูมิศาสตร์ และการอนุรักษ์ฟอสซิลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยเห็นว่าการดังกล่าวเกิดจากการออกแบบเนื้อหาอย่างเป็นระบบ การใช้สื่อมัลติมีเดียที่หลากหลาย และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง (Constructivism) นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประวิทย์ นาคมอญ (2568) ที่พบว่าเว็บไซต์บทเรียนออนไลน์ช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธิตา สาไพรวัน, พุทธชาติ อังณะกูร และศรัณวิชัย พรหมสาขา ณ สกลนคร (2565) ที่พบว่าโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ที่มีการออกแบบเนื้อหาและกิจกรรมการเรียนรู้ที่เหมาะสม สามารถส่งเสริมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและการเรียนรู้ด้วยตนเองของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ สุปรีดา มณีปิ่นดี และคณะ (2568) ที่รายงานว่า การจัดการเรียนรู้ผ่านระบบ e-Learning ช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยครั้งนี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยเดิม เนื่องจากมุ่งพัฒนาโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ด้านจิตวิทยาและการอนุรักษ์พอสซิลในบริบทของโคราชจิตวิทยา ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างเป็นรูปธรรม

4. ความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวมต่อโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.53) โดยเฉพาะด้านความสะดวกในการใช้งานระบบและการเข้าถึงบทเรียนออนไลน์ ผู้วิจัยเห็นว่าผลดังกล่าวเกิดจากการออกแบบระบบให้มีความเรียบง่าย ใช้งานสะดวก และรองรับการใช้งานผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลาย ทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงบทเรียนได้ทุกที่ทุกเวลา ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cheng (2011) ที่พบว่า คุณภาพของระบบ (System quality) คุณภาพของสารสนเทศ (Information quality) และคุณภาพของบริการ (Service quality) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบ e-Learning ซึ่งนำไปสู่ประสิทธิภาพในการเรียนรู้ที่สูงขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาริธ สอาดเยี่ยม (2561) ที่พบว่าผู้เรียนมีความคิดเห็นต่อบทเรียนออนไลน์อยู่ในระดับดีมาก และ ประวิทย์ นาคมอญ (2568) ที่รายงานว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์บทเรียนออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การออกแบบโมดูลการเรียนรู้ออนไลน์ที่คำนึงถึงคุณภาพของระบบ ความสะดวกในการใช้งาน และการจัดเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้เรียน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ผู้เรียนยอมรับการใช้งานระบบ เกิดความพึงพอใจ และสามารถนำองค์ความรู้ด้านจิตวิทยาและการอนุรักษ์พอสซิลไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรเพิ่มระบบติดตามผลการเรียนรู้ (Learning analytics) พัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูลผู้เรียน เพื่อให้ครูหรือผู้ดูแลสามารถติดตามพฤติกรรมการเรียนรู้ ความก้าวหน้า และจุดที่ควรปรับปรุงของผู้เรียนแต่ละคน ซึ่งจะช่วยให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะทางการศึกษา

2.1 การประเมินผลในระยะยาว

งานวิจัยนี้เน้นประเมินผลหลังเรียนในระยะสั้น ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตควรออกแบบเพื่อศึกษาผลของโมดูลต่อพฤติกรรมหรือการรับรู้ในระยะยาว เช่น การตระหนักรู้เรื่องการอนุรักษ์พอสซิลในชุมชน หรือพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

2.2 การขยายไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ

แนะนำให้ศึกษาการนำโมดูลไปใช้ในกลุ่มเป้าหมายอื่นเพิ่มเติม เช่น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เจ้าหน้าที่อุทยาน ครูภูมิศาสตร์ หรือกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มที่สามารถขยายผลเชิงสังคมได้เป็นอย่างดี

2.3 การบูรณาการกับหลักสูตรการเรียนการสอน

ควรมีการศึกษาการบูรณาการโมดูลเข้ากับรายวิชาในหลักสูตรของโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยอย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนาเป็นสื่อประกอบการสอนในรายวิชาด้านสิ่งแวดล้อม ภูมิศาสตร์ หรือท้องถิ่นศึกษา

รายการอ้างอิง

- กรมประชาสัมพันธ์. (2566). **นายกฯ ร่วมยินดีอุทยานธรณีโคราช ได้รับการรับรองเป็นอุทยานธรณีโลกของยูเนสโกที่สอง** ชวนคนไทยร่วมภาคภูมิใจ เป็นเจ้าบ้านที่ดีพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/Id/39/iid/187280>. [10 มกราคม 2569].
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.
- ประเทือง จินตสกุล. (2561). **โคราชจีโอพาร์ค สู่อิโพนพาร์คโลกยูเนสโก**. นครราชสีมา: สำนักงานโคราชจีโอพาร์ค.
- ประวิทย์ นาคมอญ. (พฤษภาคม-มิถุนายน 2568). “การพัฒนาเว็บไซต์บทเรียนออนไลน์ www.krutvithai.com เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ของผู้เรียนให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น ร่วมกับกระบวนการ PRAWIT+E Model สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ชั้นปีที่ 1 โรงเรียนบ้านพญาวัง.” **วารสารมณีเชษฐาราม วัดจอมมณี**. 8 (3) : 482-492.
- มานิตา ลาโกตม, ณัฐพล ร้าไพ และบุญรัตน์ แผลงศร. (มกราคม-มิถุนายน 2567). “การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ ร่วมกับกิจกรรมการเรียนรู้แบบผสมผสาน เรื่อง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างปลอดภัย ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลาย”. **วารสารศึกษาศาสตร์ มมร**. (1) : 141-153.
- เมธิตา สาไพวัฒน์, พุทธิชาติ อังณะกูร และศรีณวิทย์ พรหมสาขา ณ สกลนคร. (มกราคม-มิถุนายน 2565). “การออกแบบและพัฒนาบทเรียนออนไลน์ เรื่อง การประเมินคุณค่าสารสนเทศ สำหรับนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ในระบบการศึกษาทางไกล.” **วารสารสุโขทัยธรรมมาธิราช**. 35(1) : 27-43.
- มัตติกา ชัยมีแรง. (มกราคม - เมษายน 2568). “การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่โคราชจีโอพาร์ค พื้นที่ศึกษาเมืองนครราชสีมา.” **วารสารสิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างวินิจัย**. 24 (1) : 52-67.
- สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหิน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. (2566). **พันธกิจเพื่อการอนุรักษ์และเผยแพร่ความรู้ด้านซากดึกดำบรรพ์**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.khoratfossil.org/khoratfossil/index.php/th/>. [10 มกราคม 2569].
- สาโรช สอาดเอี่ยม. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2561). “การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ (e-Learning) เรื่อง การสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนด้วยโปรแกรม Adobe Captivate สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี.” **วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์**. 33 (2) : 11-19.
- สุปริดา มณีปันตี และคณะ. (พฤษภาคม-สิงหาคม 2568). “การพัฒนาบทเรียนสอนเสริมออนไลน์ผ่านสื่อแอปพลิเคชัน รายวิชาการพยาบาลเด็กและวัยรุ่น สำหรับนักศึกษาพยาบาล.” **วารสารวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี จังหวัดนนทบุรี**. 19 (2) : 1-14.
- Cheng, Y.M. (May 2011). “Antecedents and consequences of e-learning acceptance.” **Information Systems Journal**. 21(3) : 269–299. [online]. Available : <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1365-2575.2010.00356.x> [10 January 2026].
- UNESCO. (2023). **UNESCO Global Geoparks**. [online]. Available : <https://en.unesco.org/global-geoparks>. [10 January 2026].

คำแนะนำสำหรับการจัดทำต้นฉบับบทความ

เพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

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

*** ผู้ส่งต้นฉบับบทความจะต้องเป็นเจ้าของบทความหรือผู้รับผิดชอบความเท่านั้น 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 มีกำหนดการเผยแพร่ ปีละ 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 ใส่ชื่อย่อปริญา สาขาวิชา มหาวิทยาลัย ปีที่จบการศึกษา ตำแหน่ง
สังกัด ของผู้พิมพ์บทความทุกคน : ต้องระบุ โดยใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตัวอักษรเป็นแบบ
TH Sarabun New ขนาด 12

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

1.4 หัวข้อรอง : ใช้อักษรตัวหนา “TH Sarabun New ขนาด 14” ทั้งภาษาไทยและ
ภาษาอังกฤษ

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 และข้อความหรือประโยค
ที่ไม่ได้เกิดจากความคิด ความรู้ของผู้พิมพ์เองทุกรายการ และถูกต้องตามหลักวิชาการทางภาษา

1.7.2 วัตถุประสงค์การวิจัย มีลักษณะการเขียนที่สอดคล้องกับชื่อเรื่อง และเป็น
สิ่งที่ผู้พิมพ์มีความสนใจในการศึกษา

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

1.7.4 การทบทวนวรรณกรรม ระบุวิธีการเขียนและสรุปภาพรวมของ
แนวคิด/ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของเรื่องศึกษาอย่างเป็นระบบ มีความทันสมัย สอดคล้องกับ
บริบท ตัวแปร และเรื่องที่ทำการศึกษา

1.7.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย เขียนภาพที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัย
ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดในการวิจัย

1.7.6 วิธีการดำเนินการวิจัย จะต้องนำเสนอเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย
ที่ผู้แต่ง/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 และหน่วยงานหรือผู้มีอุปการะคุณต่อการงานวิจัย

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 ใส่ชื่อย่อปริญญา 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 ตำแหน่ง
สังกัด 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” ทั้งภาษาไทย
และภาษาอังกฤษ

4.5 บทคัดย่อ : เนื้อหาควรประกอบด้วยรายละเอียดของวัตถุประสงค์ ข้อสรุปของ
คุณูปการของงานเขียนที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ 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 เนื้อหาโดยย่อ
ของหนังสือ ข้อเสนอหลัก ประเด็นอภิปราย การวิจารณ์ความคิด เป็นต้น

4.7.3 บทวิจารณ์ เนื้อหาเป็นการกล่าวถึงคุณูปการของงานเขียนที่เป็นองค์ความรู้
ใหม่ รวมถึงข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์วิจารณ์

4.7.4 บทสรุป สรุปภาพรวมของบทความพอสังเขป

4.7.5 รายการอ้างอิง ในเนื้อหาต้องระบุเลขหน้ากำกับทุกรายการและมีความ
สอดคล้องตรงกันกับเอกสารอ้างอิง (ท้ายบทความ) การอ้างอิงตามรูปแบบ APA

รูปแบบการนำบทความลงตีพิมพ์ในวารสาร

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 ท่านตรงตามสาขาวิชา และความเชี่ยวชาญ ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind peer-reviewed) ทั้งนี้ บทความจากผู้นิพนธ์ภายในจะได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหน่วยงานที่จัดทำวารสาร และไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้มข้นในการประเมินคุณภาพบทความ ก่อนออกตีพิมพ์เผยแพร่สู่สาธารณะ 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 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการเข้าร่วมผลิตข้าวเกษตรอินทรีย์

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

จากตาราง 5 พบว่า

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

2. การเขียนการอ้างอิง ในส่วนของเนื้อหาของบทความ

2.1 รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อหา

(ผู้แต่ง./ปีที่พิมพ์./เลขหน้าที่อ้างอิง)

ตัวอย่าง

ผู้แต่งชาวไทย :

(ปรียาวดี ผลอนอก. 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 มณีพลุกษ์ 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 :

(จุฬารามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์, ผู้แปล. 2553 : 84)

(เบต โรบิน และปาร์กิ้น ไมเคิล. 2553 : 84)

สื่อโสตทัศน 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 : สรรชัย 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 :

นิติตา 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 และปาร์กิน 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 พงศ์กิจวิฑูร. (กันยายน 2548). “ผลการเรียนรู้จาก

โครงการนวัตกรรมการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ 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

พัชชา 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). **รีเอนจิเนียริงระบบราชการไทย ภาค 2**. พิมพ์
ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มติชน.

กรณีระบุรายการของเอกสารทุติยภูมิมาก่อน แล้วจึงระบุเอกสารปฐมภูมิ คำนวณการด้วย
ข้อความว่า “อ้างจาก” หรือ Citing

ตัวอย่าง

รุ่ง แก้วแดง. (2540). **รีเอนจิเนียริงระบบราชการไทย 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 การบรรยายพิเศษทาง
วิชาการเรื่อง “การฝึกอบรม การจัดทำข้อเสนอการวิจัยทาง
การศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”**. นครราชสีมา : ฝ่าย
ส่งเสริมและเผยแพร่การวิจัย สถาบันราชภัฏนครราชสีมา.

3.11 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.1.1 บทความในวารสารอิเล็กทรอนิกส์

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

ตัวอย่าง

ศิริพร เลิศยังยศ. (มกราคม-เมษายน 2556). “โครงการจัดทำแผนชุมชน
ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตแบบมีส่วนร่วมของคนในหมู่บ้านโคก
แฝก ตำบลขามทะเลสอ อำเภอขามทะเลสอ จังหวัด
นครราชสีมา.” **วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวร**. [ออนไลน์].
22 (1) : 93-106. แหล่งที่มา : **ผดพลาต! การอ้างอิงไฮเปอร์
ลิงก์ไม่ถูกต้อง**. [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.// ผู้รับหรือE-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). **ท้าวปราสาทหิน : 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

คณะวิทยาการจัดการ
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE