



Research and Development Journal Loei Rajabhat University (Online)

วารสารวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Online)



VOL 20, NO 72, April - June 2025

ปีที่ 20 ฉบับที่ 72 เมษายน - มิถุนายน 2568



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Research and Development Journal, Loei Rajabhat University

ปีที่ 20 ฉบับที่ 72 เดือนเมษายน – มิถุนายน พุทธศักราช 2568

วัตถุประสงค์

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นวารสารระดับชาติที่ส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพในลักษณะของบทความวิชาการ (Academic article) บทความวิทยานิพนธ์ (Thesis article) และบทความวิจัย (Research article) ของนักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา ในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ในด้านสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยครอบคลุมสาขามานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ ประวัติศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ พัฒนาสังคม พัฒนาชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้บทความที่ลงตีพิมพ์และเผยแพร่จะต้องผ่านการกลั่นกรองจากคณะกรรมการ (Peer review) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอก มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อย่างน้อยบทความละ 3 ท่าน โดยผู้พิจารณาไม่ทราบชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา (Double-blind peer review)

ที่ปรึกษา

รศ.สมเจตน์ ดวงพิทักษ์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผศ.ดร.สุพรรณิ พุกษา

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Reviews)

ผศ.ดร.กุลนันท์ ศรีพงษ์พันธุ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

ผศ.ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

รศ.ดร.ศักรินทร์ นนทพจน์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.ลินจง โพธิ์

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รศ.ดร.อรกัญญา กันทะชัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รศ.ดร.พิมพ์วิ ไรจน์รุ่งสัจย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ผศ.ดร.ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ผศ.ดร.รัตนา สีดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

รศ.ดร.ณัฐ อมรภิญโญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ผศ.ดร.อโณทัย ทหารสาร

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผศ.ดร.จารุพร มีทรัพย์ทอง

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ดร.วราภรณ์ ใจน้อย

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผศ.ดร.ไพโรจน์ นวลนุ่ม	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผศ.ดร.อรทัย เลียงจินดาถาวร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
รศ.ดร.เอมอร แสนภูวา	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
ผศ.จักรกฤษ สถาปนศิริ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รศ.ดร.วีระกิตติ เสาร่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รศ.ดร.รักษนก แสงภักดีจิต	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รศ.ดร.ขวัญฤดี พรชัยทวีตต์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผศ.ดร.วิภาวี กฤษณะภูติ	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รศ.ดร.โสวิทย์ บำรุงภักดี	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รศ.ดร.สุทธิชัย หล่อตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รศ.ดร.นัยนา อรรจนาท	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
รศ.ดร.พรสวรรค์ ศิริภิญโญภรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผศ.ดร.ยิ่งศักดิ์ คชโคตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

บรรณาธิการ

ผศ.ดร.เนตรนภา พงเพชร	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
----------------------	---

คณะทำงาน

ดร.วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
นางวิไลพร ยาชามบ่อม	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
นายธีรภัทร์ อนุชาติ	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
ดร.วรรณวิสา ไพศรี	หัวหน้างานวิจัยและพัฒนา
นางสาวไหมคำ ต้นติปทุม	หัวหน้างานสารสนเทศการวิจัย

เจ้าหน้าที่ประจำวารสาร

นางสุพัตรา จันทร์รอด	นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวปรัดถกร พลดาหาญ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นายปริญญา จิตรโคตร	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นางสาวกมลศรี ราชวงษา	พนักงาน สถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวจิตรานนท์ วรรณพงศ์	นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา
นายธนพงษ์ สุนทรวีรัตน์	นักวิชาการคอมพิวเตอร์

เจ้าของ

สถาบันวิจัยและพัฒนา ชั้น 4 อาคาร 20 มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ถนนเลย-เชียงคาน ตำบลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย 42000

โทร. 042-835223-8 ต่อ 41141-2, 042-808000 ต่อ 51143, 086-643-7010 โทรสาร 042-813061

E-mail: research_lru@hotmail.com

เว็บไซต์สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย: <http://www.research.lru.ac.th/>

กำหนดออก ปีละ 4 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม, ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน,
ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน, และ ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม

ปีที่เผยแพร่ พ.ศ. 2568

ISSN 2774-1109 (Online)

การเผยแพร่ เผยแพร่เป็นวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเว็บไซต์วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru>

- ข้อความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนแต่ละท่าน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และกองบรรณาธิการ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยและไม่มีส่วนรับผิดชอบใดๆ
- สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ขอให้ผู้อ่านอ้างอิงในกรณีที่ท่านคัดลอกเนื้อหาบทความในวารสารฉบับนี้

บทบรรณาธิการ

วารสารวิจัยและพัฒนา ของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นวารสารที่นำเสนอผลงานบทความทางวิชาการ/บทความวิทยานิพนธ์/บทความวิจัย ของนักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษาในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ในด้านสหวิทยาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ดังต่อไปนี้ มานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ ประวัติศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ พัฒนาสังคม พัฒนาชุมชน เพื่อการเผยแพร่ผลงานแก่ผู้สนใจต่อไป

สำหรับนักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา หรือผู้สนใจที่มีผลงานและมีความประสงค์จะเผยแพร่ผลงาน สามารถส่งผลงานของท่านตามหัวข้อและแบบฟอร์มของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา จะส่งผลงานของท่านให้ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านและประเมินผลงานของท่าน เพื่อให้ผลงานของท่านเป็นที่ยอมรับและได้รับการเผยแพร่ต่อไป

ขอขอบคุณผู้เขียน ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะที่ปรึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดจนผู้อ่านที่ให้ความสนใจจนทำให้วารสารฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ปีที่ 20 ฉบับที่ 72 จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางวิชาการ หากมีข้อบกพร่องประการใด สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ยินดีน้อมรับคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป

กองบรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

การจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS กรณีศึกษา: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดย สุพันธุ์ภา นุตรโยจันโท และ อัญชลี โกกะนุช	1
การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย โดย วิสัยพร ยาชามป้อม และ จิราวดี กายาน	12
ผลกระทบของการรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยีและอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี โดย อรรถนพ ต.ศรีวงษ์ และ นติยาภรณ์ ตุงคะสมิต	25
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปีง (café hopping) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร โดย จุริรัตน์ หนองหว่า, ปรียา พรหมแดน และ ชลธิชา ทองพู	37
การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอนองแสง จังหวัดปทุมธานี โดย ชนกนันท์ ปิ่นตบแต่ง	48
ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดย กานต์ธีรา นามวงศ์	60
การพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคายอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวทางการท่องเที่ยว 4.0 โดย เมษธาวิณ พลโยธี, วันชัย ทิพนัส, สุจิตรา บุญจิม และ สตรีรัตน์ พุทธก้อม	72

การจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS

กรณีศึกษา: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

Correspondence Management by ECRS Technique:

A Case Study of Provincial Public Health Offices in the Upper Northeastern Region

สุพณิกา บุตรโยจันโท¹ อัญชลี โกกะนุช^{2*}Suphannika Butyojunt¹ Anchalee Kokanuch^{2*}

Corresponding Author's Email: anchalee.kok@ru.ac.th

(Received: December 16, 2024; Revised: May 24, 2025; Accepted: May 28, 2025)

บทคัดย่อ

การจัดการงานสารบรรณเป็นกิจกรรมที่สำคัญเนื่องจากเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารข้อมูล การส่งเสริมการจัดการงานสารบรรณจะสนับสนุนให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น ดังนั้นการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจระดับการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ของบุคลากรในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน และ 2) วิเคราะห์ความแตกต่างการจัดการงานสารบรรณโดยใช้เทคนิค ECRS จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ประชากรตัวอย่างการวิจัยคือบุคลากรจำนวน 400 คนในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนพื้นที่จังหวัดเลย หนองบัวลำภู อุดรธานี หนองคาย และบึงกาฬ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ การแจกแจงค่าความถี่สองทาง (Crosstab) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า การจัดการสารบรรณโดยใช้เทคนิค ECRS ลำดับสูงสุดคือ ด้านการนำมารวมกัน รองลงมาได้แก่การทำให้ง่ายขึ้น การลดขั้นตอนงาน และด้านการจัดขั้นตอนใหม่ตามลำดับ สำหรับผลการวิจัยความแตกต่างของการรับรู้ของบุคลากรที่มีต่อการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS จำแนกตามระดับอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยโดยภาพรวมพบว่าการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่บุคลากรที่มีอายุและระยะเวลาการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันมีระดับการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้ง่ายขึ้นแตกต่างกันเท่านั้น อย่างไรก็ตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: การลดขั้นตอนงาน การนำมารวมกัน การจัดขั้นตอนใหม่ การทำให้ง่าย

Abstract

Correspondence Management is a crucial activity due to its repetitive nature. Enhancing correspondence management can significantly boost work efficiency. This study aimed to: 1) examine the correspondence management using the ECRS technique among personnel in provincial public health offices in upper northeastern Thailand; and 2) analyze the differences in correspondence management using the ECRS technique categorized by age, education level, and years of experience. Population of 400 personnel from provincial public health offices in the provinces of Loei, Nong Bua Lamphu, Udon Thani, Nong Khai, and Bueng Kan in upper northeastern Thailand was used. Data were collected through questionnaires and analyzed using frequency, percentage, two-way frequency distribution (Crosstab), mean, standard deviation, and analysis of variance (ANOVA). The results revealed that the highest levels of correspondence management using the ECRS technique were found in the areas of combining, simplifying, eliminating, and rearranging, respectively. Regarding the perceived differences among personnel concerning correspondence

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Master's Student, Business Administration Program in Management, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

² Lecturer, Faculty of Management Sciences, Loei Rajabhat University

management using the ECRS technique, categorized by age, education level, and length of service, the overall findings indicated no significant differences in correspondence management using the ECRS technique. However, personnel with different ages and lengths of service showed differences only in the simplifying aspect of correspondence management. Conversely, different education levels did not result in differing levels of correspondence management using the ECRS technique.

Keywords: eliminating, combining, rearranging, simplifying

ความเป็นมาของปัญหา

การจัดการงานสารบรรณเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานเอกสาร ซึ่งเป็นฝ่ายงานสนับสนุนทางด้านข้อมูลข่าวสาร การติดต่อสื่อสาร การจัดเก็บ และการทำลาย อาจกล่าวได้ว่าการจัดการงานสารบรรณนอกจากต้องคำนึงถึงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องแล้วยังต้องให้ความสำคัญเพราะเป็นงานที่บุคลากรในองค์กรต้องปฏิบัติเป็นประจำและดำเนินการให้เป็นปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงในการปฏิบัติงาน เป็นศูนย์รวมข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานใช้ในการติดต่อสื่อสาร ทำความเข้าใจระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงาน หน่วยงานกับบุคคล และบุคคลกับบุคคล ใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารงานของหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพต้องปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ โดยคำนึงถึงความสะดวกรวดเร็ว ปฏิบัติอย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ

เทคนิค ECRS (Eliminating, Combining, Rearranging and Simplifying) เป็นเครื่องมือหนึ่งของการผลิตแบบลีน (Lean manufacturing) หัวใจสำคัญของเทคนิค ECRS คือองค์ประกอบที่มีจุดเริ่มต้นสำหรับงานการผลิตหรืองานปฏิบัติการ ประกอบด้วย 1) การกำจัด (Eliminating) เป็นการกำจัดกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดผลผลิต วางสิ่งอำนวยความสะดวกและวัสดุการทำงานทั้งหมดในตำแหน่งที่สามารถทำให้เกิดการเคลื่อนไหวโดยอัตโนมัติ 2) การรวมกัน (Combining) เป็นกิจกรรมที่สามารถจัดการได้การใช้อุปกรณ์และสร้างการออกแบบการทำงานเข้าด้วยกัน 3) การจัดขั้นตอนงานใหม่ (Rearranging) เป็นกิจกรรมการเคลื่อนไหวในการทำงานระยะสั้นให้ต่อเนื่องและจัดระบบงานให้มีความสมดุลระหว่างการทำงานในกลุ่มงาน และ 4) การทำให้ง่าย (Simplifying) เป็นกิจกรรมของการค้นหาสิ่งอำนวยความสะดวกหรืออุปกรณ์การทำงานและวัสดุที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับงาน (Suhardi, Anisa, and Laksono, 2019) ในการประยุกต์การนำการผลิตแบบลีนมาใช้ในองค์กรนั้นจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงวัฒนธรรมองค์กรแต่ละแห่ง เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยที่มีความอ่อนไหวทางการจัดการอย่างมาก องค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้การนำการผลิตแบบลีนมาประยุกต์ใช้ทางการจัดการจำเป็นต้องอาศัยมาตรฐานของงาน แนวปฏิบัติและการควบคุมที่ชัดเจน การพัฒนาและฝึกอบรม การทำงานเป็นทีม การมีส่วนร่วมของบุคลากร ทักษะการทำงานที่หลากหลายและความสามารถในการปรับตัวของบุคลากร ค่านิยม รวมถึงการสื่อสารในองค์กร (Bhamu and Sangwan, 2014) อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะมีนักวิจัยให้ความสนใจเกี่ยวกับการเทคนิค ECRS มาใช้ในการพัฒนาระบบการผลิตหรืองานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการ แต่กลับพบว่าการนำเทคนิคดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโดยเฉพาะการจัดการงานสารบรรณในระบบราชการเป็นงานสนับสนุนภารกิจหลักขององค์กรยังมีจำกัด

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด แบ่งงานภายในออกเป็น 13 กลุ่มงาน ได้แก่ กลุ่มงานบริหารทั่วไป กลุ่มงานพัฒนายุทธศาสตร์สาธารณสุข กลุ่มงานส่งเสริมสุขภาพ กลุ่มงานควบคุมโรคติดต่อ กลุ่มงานนิติการ กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข กลุ่มงานประกันสุขภาพ กลุ่มงานพัฒนาคุณภาพและรูปแบบบริการ กลุ่มงานทันตสาธารณสุข กลุ่มงานบริหารทรัพยากรบุคคล กลุ่มงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย กลุ่มงานควบคุมโรคไม่ติดต่อ และกลุ่มงานการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก (สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2560) ซึ่งทุกกลุ่มงานมีการดำเนินงานเกี่ยวกับระบบงาน สารบรรณทั้งสิ้น ในปัจจุบันพบว่าปริมาณเอกสารเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดเก็บเอกสารยังไม่สอดคล้องกับปริมาณเอกสารในปัจจุบัน เป็นเหตุให้ต้องใช้พื้นที่ในการปฏิบัติงานร่วมกับพื้นที่ในการจัดเก็บเอกสาร ไม่สะดวกต่อการปฏิบัติงาน การค้นหาเอกสารใช้เวลานาน เนื่องจากไม่สามารถทำลายเอกสารได้ตรงตามรอบการเก็บรักษา บุคลากรบางส่วนมีความรู้และ

ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการจัดการงานเอกสารไม่เพียงพอ ส่งผลให้การดำเนินงานสารบรรณเกิดความล่าช้า ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อการปฏิบัติงานอื่นๆ ในที่สุด

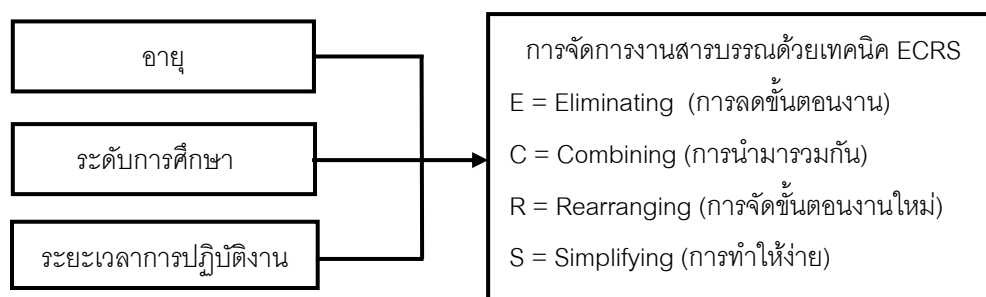
จากเหตุผลดังกล่าวเพื่อให้การประยุกต์ใช้เทคนิค ECRS ให้มีความครอบคลุมภารกิจงานต่างๆ และรองรับการพัฒนาระบบงานที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการให้มากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้นำเทคนิค ECRS ซึ่งเป็นเทคนิคที่สำคัญของแนวคิดการผลิตแบบลีนและนิยมในการใช้ในกลุ่มงานปฏิบัติการมาประยุกต์สู่งานปฏิบัติด้านงานสารบรรณ ดังนั้นการศึกษานี้จึงมีเป้าหมายหลักเพื่อศึกษาการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS และวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของบุคลากรเกี่ยวกับการรับรู้การจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาระบบงานสารบรรณทั้งในด้านกระบวนการดำเนินงานภายใต้แนวคิด ECRS และการพัฒนาบุคลากรภายในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนให้เกิดประสิทธิภาพและบรรลุตามเป้าหมายของหน่วยงานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจระดับการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ของบุคลากรในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
2. เพื่อตรวจสอบความแตกต่างของการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความแตกต่างทางด้านคุณลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงานที่มีต่อการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ปรากฏดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ

2. ประชากรการวิจัย

ประชากรตัวอย่างการวิจัยเป็นบุคลากรสายสนับสนุนที่ปฏิบัติงานในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเลย หนองบัวลำภู อุดรธานี หนองคาย และบึงกาฬ จำนวน 727 คน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมาจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 55.02 ของประชากรการศึกษาทั้งหมด ซึ่งอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ยอมรับได้และอยู่ในเกณฑ์ ควรมีอัตราการตอบกลับที่มากกว่าร้อยละ 50 (Mellahi and Harris, 2016)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามดังต่อไปนี้

3.1 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนิยามและโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการจะศึกษา

3.2 สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง โดยการนำประเด็นข้อคำถามที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาจากนักวิชาการต่างๆ ที่ได้อ้างอิงไว้ในทบทวนวรรณกรรม ดังนั้นข้อคำถามจึงมีความสอดคล้องกับนิยามและโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการจะศึกษาในครั้งนี้

3.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้ว นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) แล้วนำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ผลการตรวจสอบพบว่า ทุกข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ระหว่าง 0.67 – 1.00 คะแนน หลังจากนั้นจึงปรับแก้ตามที่คุณผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ และผ่านการตรวจสอบจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการวิเคราะห์ภาพรวม ECRS อยู่ที่ 0.970 โดยปรากฏผลรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

แบบสอบถาม	Cronbach's Alpha
1. การลดขั้นตอนงาน (Eliminating)	0.922
2. การนำมารวมกัน (Combining)	0.894
3. การจัดขั้นตอนงานใหม่ (Rearranging)	0.919
4. การทำให้ง่าย (Simplifying)	0.943

3.4 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อเตรียมการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประเด็นข้อคำถามต่างๆ ในแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษานี้มี 2 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close ended form) จำนวน 7 ข้อคำถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 การจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ได้แก่ การลดขั้นตอนงาน (Eliminating) การนำมารวมกัน (Combining) การจัดขั้นตอนงานใหม่ (Rearranging) และการทำให้ง่าย (Simplifying) จำนวนรวม 16 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ได้แก่ ระดับการรับรู้มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้มีกระบวนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยทำหนังสือประสานไปยังกลุ่มเป้าหมายงานวิจัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยจัดส่งหนังสือใบรับรองการยื่นขอจริยธรรมวิจัยและแบบสอบถามตามจำนวนประชากรของแต่ละสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดช่วงระยะเวลาตอบแบบสอบถามประมาณ 1 เดือน

ขั้นตอนที่ 3 ติดตามแบบสอบถามจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้วิจัยประสานเจ้าหน้าที่กลุ่มงานบริหารทรัพยากรบุคคลในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเป็นผู้รวบรวมแบบสอบถามส่งกลับ

ขั้นตอนที่ 4 ได้รับแบบสอบถามกลับตามช่วงเวลาที่กำหนดและตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม คัดเลือก และเก็บข้อมูลแบบสอบถามฉบับที่สมบูรณ์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ การแจกแจงค่าความถี่สองทาง (Crosstab) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffe

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามคือบุคลากรที่ปฏิบัติงานในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 5 จังหวัด ได้แก่ อุดรธานี เลย หนองบัวลำภู หนองคาย และบึงกาฬ จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 307 คน (ร้อยละ 76.75) อายุ 40 – 49 ปี จำนวน 117 คน (ร้อยละ 29.25) จบระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 207 คน (ร้อยละ 51.75) เป็นข้าราชการ จำนวน 222 คน (ร้อยละ 55.50) ปฏิบัติงาน 21 ปีขึ้นไป จำนวน 166 คน (ร้อยละ 41.50) ส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ในการฝึกอบรมด้านงานสารบรรณจำนวน 232 คน (ร้อยละ 58) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเลยและหนองคาย จำนวน 100 คน (ร้อยละ 25) และสังกัดกลุ่มงานบริหารทรัพยากรบุคคล จำนวน 46 คน (ร้อยละ 11.50) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของประชากรด้านอายุจำแนกตามระดับการศึกษาและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และด้านระดับการศึกษาจำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน ผลปรากฏดังตารางที่ 2-4

ตารางที่ 2 จำนวนและค่าร้อยละของอายุจำแนกตามระดับการศึกษา

อายุ	อนุปริญญา/ปวส. (%)	ปริญญาตรี (%)	สูงกว่าปริญญาตรี (%)
20-29 ปี	8 (11.11)	55 (76.39)	9 (12.50)
30-39 ปี	35 (36.45)	50 (52.09)	11 (11.46)
40-49 ปี	10 (8.55)	47 (40.17)	60 (51.28)
50-59 ปี	11 (9.57)	55 (47.82)	49 (42.61)
รวม	64 (16.00)	207 (51.75)	129 (32.25)

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของอายุจำแนกตามระดับการศึกษา ผลการวิจัยภาพรวมพบว่าส่วนใหญ่จบระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยกลุ่มที่จบระดับการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีที่มีจำนวนมากที่สุดได้แก่ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี รองลงมาคือผู้ที่จบระดับปริญญาตรีได้แก่ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี และ 50-59 ปี

ตารางที่ 3 จำนวนและค่าร้อยละของอายุจำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน

อายุ	<5 ปี (%)	6-10 ปี (%)	11-15 ปี (%)	16-20 ปี (%)	>20 ปี (%)
20-29 ปี	64 (88.89)	-	8 (11.11)	-	-
30-39 ปี	20 (20.83)	60 (62.50)	16 (16.67)	-	-
40-49 ปี	6 (5.13)	1 (0.85)	27 (23.08)	32 (27.35)	51 (43.59)
50-59 ปี	-	-	-	-	115 (100)
รวม	90 (22.50)	61 (15.25)	51 (12.75)	32 (8.00)	166 (41.50)

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุจำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยภาพรวม พบว่าส่วนมากมีระยะเวลาการปฏิบัติงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานมากกว่า 20 ปี มีอายุระหว่าง 50-59 ปี รองลงมาคือกลุ่มผู้มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีระยะเวลาการปฏิบัติงานน้อยกว่า 5 ปี

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาจำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน

ระดับการศึกษา	<5 ปี (%)	6-10 ปี (%)	11-15 ปี (%)	16-20 ปี (%)	>20 ปี (%)
ต่ำกว่าปริญญาตรี/ปวส.	11 (17.19)	35 (54.68)	4 (6.25)	-	14 (21.88)
ปริญญาตรี	70 (33.81)	22 (10.63)	39 (18.84)	3 (1.45)	73 (35.27)
สูงกว่าปริญญาตรี	9 (6.98)	4 (3.10)	8 (6.20)	29 (22.48)	79 (61.24)
รวม	90 (22.50)	61 (15.25)	51 (12.75)	32 (8.00)	166 (41.50)

จากตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาจำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยภาพรวม พบว่าส่วนมากมีระยะเวลาการปฏิบัติงานมากกว่า 20 ปี โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุการทำงานมากกว่า 20 ปี จบระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและระดับปริญญาตรีตามลำดับ สำหรับผลการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ของบุคลากรในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลวิจัยดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้การจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS

ระดับการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS	Mean	S.D.
การลดขั้นตอนงาน (Eliminating)		
1. การพิจารณาและแยกแยะกระบวนการทำงานออกเป็นขั้นตอนตามหน้าที่และกิจกรรม	4.03	0.86
2. การเชื่อมโยงงานเอกสารที่มาจากภารกิจเดียวกันเข้าด้วยกัน	3.99	0.85
3. การจัดกลุ่มของกระบวนการทำงาน	4.01	0.82
4. การลดกระบวนการงานสารบรรณที่ไม่จำเป็นลง	4.07	0.93
5. การทำลายเอกสารตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง	4.00	0.91
6. การแยกประเภทงานที่ได้รับมอบหมาย ชนิด ปริมาณงาน และจัดหมวดหมู่ของเอกสาร	4.01	0.77
7. การจัดระบบการทำงานโดยจัดลำดับตามความสำคัญของงาน	4.01	0.86
รวม	4.02	0.78
การนำมารวมกัน (Combining)		
8. การรวมไฟล์เอกสารที่เกี่ยวข้องไว้ในกลุ่มแฟ้มเอกสารเดียวกัน	4.15	0.77
9. การใช้ระบบรับส่งหนังสือด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์	4.07	0.88
10. การรวมเอกสารจากหลายๆ แผ่นไว้ในไฟล์อิเล็กทรอนิกส์เดียวกันด้วยการสแกนเอกสาร	4.14	0.76
รวม	4.12	0.74
ด้านการจัดขั้นตอนงานใหม่ (Rearranging)		
11. การจัดระบบการทำงานสารบรรณภายหลังการลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็น	3.91	0.85
12. การจัดระบบการทำงานสารบรรณภายหลังการรวบขั้นตอนการทำงานเข้าด้วยกัน	4.01	0.72
13. การนำเทคโนโลยีเข้ามามีใช้ในการจัดเก็บเอกสาร เพื่อความสะดวกในการทำงาน	4.10	0.87
รวม	4.01	0.77

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ระดับการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS	Mean	S.D.
ด้านการทำให้ง่าย (Simplifying)		
14. การปรับปรุงการทำงานงานสารบรรณโดยการลดการใช้เอกสารเปลี่ยนมาใช้ระบบไฟล์	4.00	0.82
15. การนำคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการทำงานเพื่อจัดทำและรับ-ส่งงานสารบรรณ	4.09	0.76
16. การนำเครื่องมือเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาใช้ในการประสานงานด้านสารบรรณ	4.06	0.75
รวม	4.05	0.73

จากตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ผลการวิจัยภาพรวมพบว่า การจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ด้านการนำมารวมกันมีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ด้านการทำให้ง่าย การลดขั้นตอนงาน และการจัดขั้นตอนงานใหม่ตามลำดับ เมื่อพิจารณาผลการวิจัยแต่ละด้านพบว่า ด้านการลดขั้นตอนงาน (Eliminating) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้เกี่ยวกับเทคนิค ECRS เกี่ยวข้องกับการลดกระบวนการงานสารบรรณที่ไม่จำเป็นลงมากเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ การพิจารณาและแยกแยะกระบวนการทำงานออกเป็นขั้นตอนตามหน้าที่และกิจกรรม การแยกประเภทงานที่ได้รับมอบหมาย ชนิด ปริมาณงาน และจัดหมวดหมู่ของเอกสาร การจัดกลุ่มของกระบวนการทำงาน การจัดระบบการทำงานโดยจัดลำดับตามความสำคัญของงาน และการทำลายเอกสารตามระเบียบที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ในขณะที่การเชื่อมโยงงานเอกสารที่มาจากภารกิจเดียวกันเข้าด้วยกันในลำดับสุดท้าย

ด้านการนำมารวมกัน (Combining) พบว่า มีการจัดการเกี่ยวกับการรวมไฟล์เอกสารที่เกี่ยวข้องไว้ในกลุ่มแฟ้มเอกสารเดียวกันมากเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ การรวมเอกสารจากหลายๆ แผ่นไว้ในไฟล์อิเล็กทรอนิกส์เดียวกันด้วยการสแกนเอกสาร และการใช้ระบบรับส่งหนังสือด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นลำดับสุดท้าย ด้านการจัดขั้นตอนงานใหม่ (Rearranging) พบว่า มีการจัดการการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการจัดเก็บเอกสารเพื่อความสะดวกในการทำงานมากเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่การจัดระบบการทำงานสารบรรณภายหลังการรวบรวมขั้นตอนการทำงานเข้าด้วยกัน และการจัดระบบการทำงานสารบรรณภายหลังการลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็นเป็นลำดับสุดท้าย สำหรับด้านการทำให้ง่าย (Simplifying) พบว่า มีการจัดการการนำคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการทำงานเพื่อจัดทำและรับ-ส่งงานสารบรรณมากเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ การนำเครื่องมือเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาใช้ในการประสานงานด้านสารบรรณ และการปรับปรุงวิธีการทำงานด้านงานสารบรรณโดยการลดการใช้เอกสาร เปลี่ยนมาใช้ระบบไฟล์เอกสารเป็นลำดับสุดท้าย

สำหรับผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการจัดการของบุคลากรที่มีต่องานสารบรรณ ด้วยเทคนิค ECRS จำแนกตามระดับอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการงานสารบรรณ ด้วยเทคนิค ECRS จำแนกตามระดับอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน

ลักษณะทางประชากร	F/p-value									
	E		C		R		S		ECRS	
	F	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value	F	p-value
อายุ	.534	.659	.925	.429	1.557	.199	2.759	.042*	1.279	.281
ระดับการศึกษา	.675	.510	1.110	.331	.653	.521	.970	.380	.876	.421
ระยะเวลาการปฏิบัติงาน	1.152	.332	.666	.616	1.502	.201	2.651	.033*	1.078	.367

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 6 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของบุคลากรที่มีต่อการจัดการงานสารบรรณ ด้วยเทคนิค ECRS จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่าบุคลากรที่มีอายุแตกต่างกันมีการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้ง่าย (S) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เช่นเดียวกับบุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แต่ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีการจัดการงานสารบรรณทุกด้านไม่แตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อผลการวิจัยด้านอายุและระยะเวลาการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถามมีการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้ง่ายมีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ความแตกต่างการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้ง่ายจำแนกเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 7-8

ตารางที่ 7 ผลค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้ง่าย จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	ค่าเฉลี่ย	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี
20-29 ปี	3.86	-	0.17	0.19	0.31*
30-39 ปี	4.03	-	-	0.02	0.14
40-49 ปี	4.05	-	-	-	0.12
50-59 ปี	4.17	-	-	-	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 7 แสดงผลค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้ง่าย จำแนกตามอายุ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุต่างกันมีการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้ง่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ โดยกลุ่มอายุระหว่าง 50-59 ปีมีการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้ง่ายมากกว่ากลุ่มอายุ 20-29 ปี

ในขณะที่ตารางที่ 8 แสดงผลค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างทางด้านการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้ง่าย จำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะการปฏิบัติงานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ได้แก่ กลุ่มระยะการปฏิบัติงานระหว่าง 16-20 ปีมีการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้ง่ายมากกว่ากลุ่มที่มีระยะการปฏิบัติงาน 11-15 ปีและระยะเวลาน้อยกว่า 5 ปี

ตารางที่ 8 ผลค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้การจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้ง่าย จำแนกตามระยะเวลาการปฏิบัติงานเป็นรายคู่

ระยะเวลาการปฏิบัติงาน	ค่าเฉลี่ย	<5 ปี	6-10 ปี	11-15 ปี	16-20 ปี	>20 ปี
น้อยกว่า 5 ปี	3.91	-	0.17	0.01	0.39*	0.20
6-10 ปี	4.08	-	-	0.18	0.22	0.22
11-15 ปี	3.90	-	-	-	0.40*	0.20
16-20 ปี	4.30	-	-	-	-	0.19
มากกว่า 20 ปี	4.11	-	-	-	-	-

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ของบุคลากรในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลการวิจัยพบว่า ระดับจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากบุคลากรในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด มีการปรับปรุงกระบวนการทำงานด้านงานสารบรรณ มีการลดขั้นตอนการทำงานที่มากและไม่จำเป็นออก รวบขั้นตอนการทำงานเข้าด้วยกัน รวมเอกสารไว้ในแผ่นเดียวกัน จัดลำดับความสำคัญของขั้นตอนการทำงานให้เหมาะสม นำเทคโนโลยี อุปกรณ์ และเครื่องมือสื่อสารเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อความสะดวกประหยัดเวลาในการปฏิบัติงาน ลดความซับซ้อน ลดต้นทุน ลดปริมาณเอกสาร และลดพื้นที่ในการเก็บเอกสาร

สำหรับผลการวิจัยความแตกต่างของการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS จำแนกตามระดับอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่าบุคลากรที่มีอายุและระยะเวลาการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันมีระดับการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้่ง่าย (Simplifying) แตกต่างกัน โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 50-59 ปี มีการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้่ง่ายมากกว่ากลุ่มอายุ 20-29 ปี และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานระหว่าง 16-20 ปี มีการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้่ง่ายมากกว่ากลุ่มระยะเวลาการปฏิบัติงาน 11-15 ปี และกลุ่มระยะเวลาการปฏิบัติงานน้อยกว่า 5 ปี ในขณะที่ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 50-59 ปี มีการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้่ง่ายมากกว่ากลุ่มอายุ 20-29 ปี อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ช่วงวัยผู้ใหญ่ต้นๆ นั้นมีลักษณะเป็นการมุ่งเน้นตนเอง การแสวงหาความรู้ ประสบการณ์ ความสามารถ ตำแหน่งภายในกลุ่ม และการมุ่งเน้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นหลัก อายุที่ค่อนข้างน้อยของบุคลากรหมายถึงมุมมองประสบการณ์ชีวิตที่ค่อนข้างสั้น (Fornalczyk, Stompór-Swiderska, and Ślasyk-Sobol, 2015) นอกจากนี้จากผลงานวิจัยความแตกต่างทางจิตสังคมในการรับรู้ความสามารถในการปรับตัวและความมีประสิทธิภาพ ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่ากลุ่มบุคคลที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีความสามารถในการปรับตัวได้ดีกว่ากลุ่มอายุ 18-30 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ผลวิจัยยังค้นพบว่ากลุ่มที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีประสิทธิผลในการปฏิบัติงานได้ดีว่ากลุ่มที่มีอายุดังกล่าวเช่นเดียวกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุมากกว่าได้ใช้เวลาในการทำงานในสถานประกอบการและมีโอกาสทางด้านประสบการณ์ทำงานที่หลากหลายมากกว่า (Humboldt et al., 2023) ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปจะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่สูง ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยเบื้องต้นชี้ให้เห็นว่ากลุ่มคนที่มีอายุ 50-59 ปีมีระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 30 ปีถึงจำนวนถึง 115 คน และผลการวิจัยยังเชื่อมโยงให้เห็นถึงผลการวิจัยกลุ่มผู้ที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานระหว่าง 16-20 ปี มีการรับรู้ต่อการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้่ง่ายมากกว่ากลุ่มระยะเวลาการปฏิบัติงาน 11-15 ปี และกลุ่มระยะเวลาการปฏิบัติงานน้อยกว่า 5 ปี ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มคนที่มีอายุมากมีประสบการณ์การทำงาน อาจมีความเข้าใจและผ่านการเรียนรู้งานที่เกี่ยวข้องกับงานสารบรรณมาก ดังนั้นในการทำงานจึงได้นำความรู้ที่สั่งสม (Tacit knowledge) ซึ่งเป็นความรู้ที่ฝังแน่นในตัวบุคคลไม่สามารถถ่ายทอดผ่านเอกสาร เป็นความรู้ที่ได้มาจากประสบการณ์ส่วนตัว การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง การสังเกต และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Kokanuch and Tuntrabundit, 2017) จากผลงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลที่มีอายุมากกว่าและมีประสบการณ์การทำงานมากกว่ามีความสามารถในการปรับวิธีการปฏิบัติงานให้ง่ายขึ้นที่แตกต่างกัน โดยมุมมองทางด้านการทำให้่ง่ายขึ้นดังกล่าว สามารถอธิบายได้จากแนวคิดของ Kelendar and A Mohammed (2020) ที่ได้สรุปว่าการปรับปรุงโดยใช้เทคนิค ECRS โดยเฉพาะทางด้านการทำให้่ง่ายว่าเกี่ยวข้องกับวิธีการในการปฏิบัติงาน การพิจารณาถึงสิ่งที่ต้องปรับกระบวนการปฏิบัติงาน วิธีการในการทำให้กระบวนการปฏิบัติงานเป็นที่เข้าใจง่ายมากขึ้น และการมั่นใจว่ากระบวนการปฏิบัติงานดังกล่าวจะทำให้การปฏิบัติงานง่ายขึ้นและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น จากมุมมองดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยบุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์การทำงานระยะหนึ่งที่สามารถพิจารณาและออกแบบกระบวนการปฏิบัติงานให้่ง่ายและรวดเร็วได้ และสำหรับผลการวิจัยกลุ่มที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานระหว่าง 16-20 ปีมีการรับรู้ต่อการจัดการงานสารบรรณด้านการทำให้่ง่ายมากกว่ากลุ่มระยะเวลาการปฏิบัติงาน 11-15 ปี และกลุ่มระยะเวลาการปฏิบัติงานน้อยกว่า 5 ปี และผลวิจัยยังสอดคล้องกับงานของ

พิชญ์กร ปรวิเชียรสุดตา (2563) ที่ทำการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานด้วยระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ ในสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยพบว่า ระยะเวลาในการปฏิบัติงานของผู้ตอบแบบสอบถามชี้ให้เห็นว่าบุคลากรส่วนมากมีอายุการทำงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป ซึ่งอาจมีความคุ้นชินกับระบบการจัดการงานสารบรรณเป็นอย่างดี ดังนั้นการทำให้ง่าย (Simplifying) ซึ่งโดยหลักการหมายถึงการปรับปรุงวิธีการทำงานหรือพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์เพื่อช่วยให้กระบวนการทำงานง่ายขึ้น ทั้งนี้หมายความว่าความรวมถึงการนำเครื่องมือทางเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการทำงานเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยยืนยันว่ากลุ่มผู้ที่มีอายุมากเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน ดังนั้นการทำให้ง่ายจึงเป็นการลดขั้นตอนการทำงานที่หลากหลายและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้เป็นอย่างดี (อติกันต์ ม่วงเงิน, 2562)

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าการจัดการสารบรรณโดยใช้เทคนิค ECRS ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการนำมารวมกัน รองลงมา ได้แก่ การทำให้ง่ายขึ้น การลดขั้นตอนงาน และด้านการจัดขั้นตอนใหม่ตามลำดับ สำหรับผลการวิจัยความแตกต่างของการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการจัดการงานสารบรรณเฉพาะด้านการทำให้ง่ายขึ้นมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มบุคลากรที่มีอายุระหว่าง 50-59 ปี และอายุระหว่าง 20-39 ปี เช่นเดียวกับกลุ่มบุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานระหว่าง 16-20 ปีที่มีความแตกต่างจากกลุ่มที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงาน 11-15 ปี และกลุ่มระยะเวลาการปฏิบัติงานน้อยกว่า 5 ปี ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในรายละเอียดยังพบอีกว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่าและมีระยะเวลาในการทำงานมากกว่ามีการจัดการงานสารบรรณในด้านดังกล่าวสูงกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่าและมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานน้อยกว่า ในขณะที่คุณลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หากผู้บริหารระบบดำเนินการจัดการระบบงานสารบรรณด้วยแนวคิดสั้นด้วยการลดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็นแล้ว สิ่งสำคัญที่ควรดำเนินการคือการจัดระบบการทำงานด้านงานสารบรรณใหม่ที่มีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน โดยสามารถทำเป็นผังการไหลของงานเอกสารและเผยแพร่ให้บุคลากรในองค์กรรับทราบ
2. ผู้บริหารระบบงานสารบรรณในแต่ละองค์การควรจัดระบบงานสารบรรณที่เกี่ยวข้องกับภารกิจเดียวกันสามารถเชื่อมโยงระบบสารสนเทศเข้าด้วยกัน เพื่อให้สะดวกต่อการปฏิบัติงาน
3. ผู้บริหารระบบงานสารบรรณในแต่ละองค์การควรจัดให้บุคลากรที่มีอายุและระยะเวลาการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับระบบงานสารบรรณเป็นพี่เลี้ยงให้คำแนะนำเกี่ยวกับระบบงานสารบรรณให้กลุ่มบุคลากรที่มีอายุน้อยกว่าและ/หรือบุคลากรที่มีระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรน้อยกว่า

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจการรับรู้ของบุคลากรที่มีต่อระบบการจัดการงานสารบรรณด้วยเทคนิค ECRS เท่านั้น ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการนำแนวคิดสั้นมาใช้ในการจัดการระบบงานสารบรรณ
2. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการงานสารบรรณด้วยแนวคิดสั้น

เอกสารอ้างอิง

- พิชญ์ญ์กร ปรวิเชียรสุดตา. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานด้วยระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ในสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ
- สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2560). โครงสร้างและกรอบอัตรากำลังหน่วยงานในราชการบริหารส่วนภูมิภาค สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. นนทบุรี: สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.
- อดิگانต์ ม่วงเงิน (2562). การประยุกต์ใช้เทคนิคแบบลีน (ECRS⁺⁺) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานระบบตู้รับคืนหนังสืออัตโนมัติ สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Bhamu, J., and Sangwan, K. S. (2014). Lean manufacturing: literature review and research issues. *International Journal of Operation & Production Management*, 34(7), 876-940.
- Fornalczyk, A., Stompór-Świdarska, J., and Ślasyk-Sobol, M. (2015). Age management within organizations- employees' perceptions of the phenomenon - Research report. *Journal of Intercultural Management*, 7(3), 39-51.
- Humboldt, S. V., Miguel, I., Valentim, J. P., Costa, A., Low, G., and Leal, I. (2023). Is age and issue? Psychosocial In perceived older workers' work (un) adaptability, effectiveness, and workplace age discrimination. *Educational Gerontology*, 49(8), 687-699.
- Kelendar, H., and A Mohammed, M. (2020). Lean and the ECRS principle: Developing a framework to minimize waste in healthcare sectors. *International Journal of Public Health and Clinical Sciences*, 7(3), 98-110.
- Kokanuch, A., and Tuntrabundit, K. (2017). Knowledge sharing capability in healthcare organizations. *Journal of Asia Business Studies*, 11(2), 135-151.
- Mellahi, K., and Harris, L. C. (2016). Response rates in business and management research: an overview of current practice and suggestions for future directions. *British Journal of Management*, 27(2), 426-437.
- Suhardi, B., Anisa, N., and Laksono, P. W. (2019). Minimizing waste using lean manufacturing and ECRS principle in Indonesia furniture industry. *Cogent Engineering*, 6(1), 1-13.

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย

Participation in the Operations of Community Enterprise Group Members

in Tha Li District, Loei Province

วิไลพร ยาชามป้อม^{1*} จิราวดี กำยาน²Vilaiporn Yakampom¹ Jirawadee Kumyan²Corresponding Author's Email: vilaiporn.yak@ru.ac.th¹

(Received: December 23, 2024; Revised: May 21, 2025; Accepted: May 27, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย 2) เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ประเภทของผู้นำกลุ่ม ระดับการศึกษาของสมาชิก และทุนจดทะเบียนเริ่มแรกของกลุ่ม ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 91 ราย ซึ่งประกอบด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบสถิติ Kruskal-Wallis Test และ สถิติ Mann-Whitney U Test ผลการวิจัยพบว่า 1) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ รองลงมา คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน และด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ตามลำดับ 2) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตอำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย ที่มีประเภทของผู้นำกลุ่ม ระดับการศึกษาของสมาชิก และทุนจดทะเบียนเริ่มแรกของกลุ่มต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประเภทผลิตภัณฑ์ต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม การดำเนินงาน วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The research on the participation of members of community enterprise groups in Tha Li District, Loei Province is a quantitative research methodology. The objectives are: 1) To study the level of participation in the operations of community enterprise group members in Tha Li District, Loei Province; and 2) To compare the participation of members of community enterprise groups in Tha Li District, Loei Province, classified by product type, group leader type, member education level, and initial registered capital of the group. The Population in this study was 91 community enterprise members, which consisted of basic statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation. The inferential statistics were tested by Kruskal-Wallis Test and Mann-Whitney U Test. The research results found that: 1) The participation in the operations of community enterprise group members was at a high level overall. When considering each aspect, it was found that the aspect with the highest average value was participation in benefits, followed by participation in evaluation, participation in planning, and participation in operations, respectively; 2) Members of community enterprise groups in Tha Li District, Loei Province, with different types of group leaders, members' education levels, and initial registered capital, had different participation in operations at a statistical significance level of .05. Members of community enterprise groups with

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Lecturer, Department of Management Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

² Lecturer, Economics Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

different product types had no different participation in operations at a statistical significance level of .05.

Keywords: participation, operation, community enterprise

ความเป็นมาของปัญหา

ประชากรในชนบทส่วนใหญ่ของประเทศไทย มุ่งเน้นการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งส่วนมากยังคงเป็นการทำเกษตรแบบยังชีพที่สอดคล้องกับประเพณี วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของคนไทย โดยอาศัยความรู้และภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ อย่างไรก็ตามการพัฒนาแบบการเกษตรจากแบบยังชีพไปสู่การเกษตรอุตสาหกรรมที่เน้นการผลิตเพื่อการจำหน่าย ส่งผลให้ชุมชนต้องพึ่งพาปัจจัยการผลิตและทรัพยากรจากภายนอกมากขึ้น ซึ่งนำมาด้วยปัญหาค่าใช้จ่ายที่สูงกว่ารายได้ และก่อให้เกิดหนี้สิน รวมถึงผลกระทบต่อวิถีชุมชนที่ไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างเดิม นอกจากนี้ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง การนำทุนในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพจะช่วยส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างเข้มแข็งและสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเอง ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

ช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้เผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจหลายครั้ง ส่งผลให้รัฐบาลในแต่ละยุคสมัยพยายามหาแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก รัฐบาลจึงได้วางกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจที่มีองคาพรวมอย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายในการรักษาการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพและมีเสถียรภาพ ยุทธศาสตร์ดังกล่าวเน้นความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับฐานรากและระบบเศรษฐกิจแบบเสรี โดยเชื่อมั่นว่าสังคมไทยยังมีศักยภาพที่จะพัฒนาและเติบโตได้ รัฐบาลจึงมุ่งสร้างรายได้ให้กับประชาชนและประเทศชาติ รวมถึงส่งเสริมการเปลี่ยนมุมมองของชุมชน เพื่อให้ตระหนักว่าสิ่งที่พวกเขามีอยู่ในปัจจุบันสามารถเป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่า หากมีการจัดการและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านั้นอย่างชาญฉลาดก็จะช่วยเพิ่มรายได้และเสริมสร้างความมั่นคงให้กับชุมชนได้ในระยะยาว (ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร, 2565)

ปัจจุบันกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การพึ่งพาตนเอง และการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการ เพื่อให้ชุมชนสามารถแข่งขันทางเศรษฐกิจในอนาคตและยกระดับไปสู่ผู้ประกอบการที่เข้มแข็งวัตถุประสงค์ของวิสาหกิจชุมชนคือการส่งเสริมให้ประชาชนทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม ดำเนินกิจกรรมตามนโยบายของรัฐบาล และมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการดำเนินโครงการทั่วประเทศ แต่ผลลัพธ์ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนยังไม่เป็นที่น่าพอใจ ปัญหาหลักมาจากระบบราชการที่มุ่งเน้นการขยายจำนวนกิจกรรมมากกว่าคุณภาพของการมีส่วนร่วม ส่งผลให้ประชาชนขาดการพัฒนาตนเอง และต้องพึ่งพิงหน่วยงานรัฐมากขึ้น (ดาวใจ ดอกไม้คี่, 2556)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในระบบ PPP Connex โดยการเปรียบเทียบร้อยละของคนยากจนต่อจำนวนประชากรในจังหวัดเลย พบว่า ในปี พ.ศ. 2564 อำเภอท่าว้ามีคนยากจนต่อจำนวนประชากรคิดเป็นร้อยละ 7.132 โดยครัวเรือนยากจนทั้ง 6 ตำบลในอำเภอท่าว้า มีทั้งสิ้น 560 ครัวเรือน รวม 2,026 คน ซึ่งอำเภอท่าว้า จังหวัดเลย มีสภาพภูมิประเทศเป็นป่าและภูเขา มีทั้งหมด 6 ตำบล ได้แก่ ตำบลท่าว้า ตำบลหนองผือ ตำบลอาฮี ตำบลน้ำแคม ตำบลโคกใหญ่ และตำบลน้ำพูน รวม 41 หมู่บ้าน มีประชากรทั้งสิ้น 28,407 คน ประชากรส่วนใหญ่มีรายได้จากการเกษตรและการปศุสัตว์ พืชเศรษฐกิจที่นิยมปลูก ได้แก่ ข้าว ยางพารา และมันสำปะหลัง ในปี พ.ศ. 2565 มีการสอบถามข้อมูลคนยากจนของอำเภอท่าว้า มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 694 ครัวเรือน รวม 2,419 คน มีรายได้ 6,020.86 บาท/เดือน/ครัวเรือน แหล่งที่มาของรายได้ ร้อยละ 49.19 มาจากการเกษตร ร้อยละ 13.62 มาจากการประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 15.05 มาจากการใช้ประโยชน์เพื่อการยังชีพจากทรัพยากรในพื้นที่ ได้แก่ แม่น้ำ ป่า และป่าชุมชน (วรินทร์ ทรัพย์, ภควดี ศิริวัชรสุข, และ เนตรนภา พงเพชร, 2566)

ปี พ.ศ. 2565-2567 มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ได้รับทุนสนับสนุนจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) เพื่อดำเนินโครงการวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำ จากการวิเคราะห์ศักยภาพของครัวเรือนยากจนทั้ง 112 ครัวเรือน และการวิเคราะห์ทุนการดำรงชีวิตอย่างยั่งยืน 5 ด้าน คือ ทุนด้านสังคม ทุนด้านธรรมชาติ ทุนด้านการเงิน ทุนด้านมนุษย์ และทุนด้านทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าค่ามาตรฐาน โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 1.70, 1.87, 2.01, 2.48 และ 2.43 ตามลำดับ (ระบบข้อมูลครัวเรือนยากจนระดับจังหวัดเลย, 2567) ซึ่งแสดงว่าครัวเรือนยากจนยังขาดการร่วมมือหรือรวมกลุ่มกันในการประกอบอาชีพ และแม้จะมีทรัพยากรธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ หรือป่าชุมชน แต่ยังมีปัญหาการเข้าถึงและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ อีกทั้งยังขาดเงินทุน มีปัญหาหนี้สิน ขาดที่ดินทำกิน รวมถึงมีระดับทักษะความรู้ที่จำเป็นในการประกอบอาชีพที่ค่อนข้างต่ำ รวมไปถึงขาดวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าครัวเรือนยากจนบางส่วนอาจไม่สามารถดำเนินการแก้จนด้วยตนเองได้ จึงได้มีการพัฒนาโมเดลแก้จน (Operating model) ในระดับพื้นที่โดยใช้ไม่เป็นตัวขับเคลื่อนและพัฒนาให้เหมาะสมกับศักยภาพของครัวเรือนยากจนกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่โดยอาศัยนวัตกรรม เทคโนโลยีการพัฒนาอาชีพ เพื่อยกระดับรายได้ครัวเรือนยากจนในพื้นที่ 6 ตำบล อำเภอท่าวาสุกรี จังหวัดเลย (วรินทร์ธร ไตพันธ์ และ คณะ, 2566) โดยมีการดำเนินการส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวของครัวเรือนยากจนเป็นกลุ่มวิสาหกิจ 8 กลุ่ม ที่เข้าร่วมโครงการวิจัยปฏิบัติการแก้จน ด้วยเกษตรชุมชนคนท้าว การรวมกลุ่มเป็นกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มวิสาหกิจเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ โดยมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างรายได้ อำนาจการต่อรองทางธุรกิจ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนผ่านการรวมกลุ่มของประชาชนในพื้นที่เพื่อดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจร่วมกัน วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เกิดจากความร่วมมือของสมาชิกที่มีความสนใจร่วมกันในการพัฒนาและใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาสุกรี จังหวัดเลย เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนได้นำไปปรับปรุงให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนให้มีประสิทธิภาพ อันจะสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาสุกรี จังหวัดเลย
2. เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาสุกรี จังหวัดเลย จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ประเภทของผู้นำกลุ่ม ระดับการศึกษาของสมาชิก และทุนจดทะเบียนเริ่มแรกของกลุ่ม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research methodology) โดยมีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับสำนักงานเกษตรอำเภอท่าวาสุกรี จังหวัดเลย จำนวน 8 กลุ่ม มีสมาชิกจำนวน 91 คน (สำนักงานเกษตรอำเภอท่าวาสุกรี, 2567)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยค้นคว้าข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดสำหรับการกำหนดรายละเอียดโครงสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา รวมถึงกำหนดข้อคำถามที่ง่ายต่อความเข้าใจและมีความชัดเจน โดยกำหนดรูปแบบของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended questions) โดยข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบด้วนคำถาม จำนวน 4 ข้อประกอบด้วย ประเภทผลิตภัณฑ์ ประเภทของผู้นำกลุ่ม ระดับการศึกษาของสมาชิก และทุนจดทะเบียนเริ่มแรกของกลุ่ม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวี จังหวัดเลย เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended questions) โดยข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ใช้มาตราการประเมินตัววัดของลิเคิร์ต (Likert's rating scale) โดยใช้กระบวนการวัดระดับการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอิสระที่จะแสดงความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวี จังหวัดเลย

3. การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีกระบวนการและขั้นตอนดังนี้

3.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิดด้านเนื้อหา วัดคุณประสงคของการวิจัยและหลักการสร้างเครื่องมือวิจัย

3.2 นิยามศัพท์เฉพาะตัวแปรให้ครอบคลุมแนวคิดเพื่อสร้างแบบสอบถาม

3.3 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะตัวแปรที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิด

3.4 ดำเนินการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบ ประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ (Index of Objective: IOC) แล้วเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แล้วปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมือ อยู่ระหว่าง 0.66-1.00

3.5 ดำเนินการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองเลยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้ววิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) (ธำนิษฐ์ ศิลปิจารุ, 2563) ได้ค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมเท่ากับ 0.97 ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน 0.95 ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 0.89 ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ 0.77 และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล 0.96

3.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขจนเป็นที่แน่ใจและเชื่อมั่นได้ว่ามีความครอบคลุมแล้วไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่จะทำการศึกษา

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและผู้ช่วยจำนวน 3 คน เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในอำเภอท่าวี จำนวน 6 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลท่าวี ตำบลหนองผือ ตำบลอาฮี ตำบลน้ำแคม ตำบลโคกใหญ่ และตำบลน้ำพูน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วนที่สำคัญ คือ

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) สำหรับสถิติเชิงพรรณนาที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ตัวแปรสถานภาพส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ประเภทผลิตภัณฑ์ ประเภทของผู้นำกลุ่ม ระดับการศึกษาของสมาชิก และทุนจดทะเบียนเริ่มแรกของกลุ่ม ค่าเฉลี่ย (Average) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรกระบวนการวัดระดับการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

โดยมีเกณฑ์การให้ความหมายการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาฬ จังหวัดเลย สำหรับเกณฑ์การตัดสินผลการวิเคราะห์ข้อมูล พิจารณาจากค่าเฉลี่ยเลขคณิตตามเกณฑ์จุดกลาง (Midpoint) ของส่วนระดับคะแนน (Class interval) ดังนั้นได้นำค่าเฉลี่ยมาแปลค่าตามเกณฑ์การประเมินในแต่ละระดับชั้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายความว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ใช้สถิติอนุมานพารามิเตอร์ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยการทดสอบสถานภาพส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนี้ 1) การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ ทุนจุดทะเบียนเริ่มแรกของกลุ่ม ใช้สถิติ Mann-Whitney U Test และ 2) การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ ประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพผู้นำกลุ่ม และระดับการศึกษาของสมาชิก ใช้สถิติ Kruskal-Wallis Test

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาฬ จังหวัดเลย มีดังต่อไปนี้

1. ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาฬ จังหวัดเลย มีดังนี้

1.1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ทำการผลิตหน่อไม้ต้มพลาสเจอร์ไรส์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 81.30 ผู้นำชุมชน เป็นผู้นำกลุ่ม จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 ระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 68.10 และทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10,001-50,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 76.90

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาฬ จังหวัดเลย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาฬ จังหวัดเลย โดยภาพรวม

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาฬ จังหวัดเลย	μ	σ	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน	3.80	0.66	มาก
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน	3.73	0.74	มาก
3. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	3.87	0.67	มาก
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	3.87	0.76	มาก
รวม	3.82	0.65	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาฬ จังหวัดเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.82$, $\sigma = 0.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ($\mu = 3.87$, $\sigma = 0.67$) รองลงมา คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ($\mu = 3.87$, $\sigma = 0.76$) ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน ($\mu = 3.80$, $\sigma = 0.66$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ($\mu = 3.73$, $\sigma = 0.74$) ซึ่งจากการศึกษามีข้อค้นพบในแต่ละด้านดังนี้

ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การกำหนดบทบาทหน้าที่สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รองลงมา คือ การจัดทำกฎระเบียบในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจ การคัดเลือกผู้รับผิดชอบในกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจและข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การหาแนวทางในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจ

ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีผู้ประสานงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจ รองลงมา คือ การให้คำแนะนำ ความรู้และความชำนาญในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจ การควบคุมและตรวจสอบการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การสนับสนุนเงินทุนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจ

ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับผลประโยชน์ที่ทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับการผลิตและการแปรรูปมากขึ้น รองลงมา คือ การรับผลประโยชน์ที่ทำให้คนในชุมชนเกิดการยอมรับในสังคม การรับผลประโยชน์ที่ทำให้ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การได้รับผลประโยชน์จากกลุ่มวิสาหกิจ

ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจ รองลงมา คือ การติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจ การประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจในรอบปี และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การรายงานผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจ

2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ประเภทของผู้นำกลุ่ม ระดับการศึกษาของสมาชิก และทุนจดทะเบียนเริ่มแรกของกลุ่ม ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสถานภาพส่วนบุคคลที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย โดยภาพรวม

สถานภาพส่วนบุคคล	Kruskal-Wallis Test / Mann-Whitney U Test					
1. ประเภทของผลิตภัณฑ์	μ	Mean Rank	n	df	Chi-Square	p-value
1.1 หน่อไม้ต้มพาสเจอร์ไรส์	3.81	47.18	74	2	1.40	.50
1.2 หน่อไม้อบแห้งอนามัย	3.64	34.93	7			
1.3 หน่อไม้ดองอนามัย	4.00	45.00	10			
2. ประเภทของผู้นำกลุ่ม	μ	Mean Rank	n	df	Chi-Square	p-value
2.1 ผู้นำชุมชน	3.70	35.83	33	2	41.49*	.00
2.2 ผู้ประกอบการในชุมชน	4.39	70.53	31			
2.3 กลุ่มเป้าหมาย	3.31	30.26	27			
3. ระดับการศึกษา	μ	Mean Rank	n	df	Chi-Square	p-value
3.1 ระดับประถมศึกษา	4.00	53.53	62	3	16.55*	.00
3.2 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	3.43	32.18	17			
3.3 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.35	24.75	10			
3.4 ระดับปริญญาตรี	3.75	36.25	2			
4. ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก	μ	Mean Rank	n	Mann-Whitmey U value		p-value
4.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.53	36.43	22	548.50*		.05
4.2 10,000-50,000 บาท	3.91	49.05	69			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินงานผลิตภัณฑ์ประเภทต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาฬ จังหวัดเลย ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ส่วนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประเภทผู้นำกลุ่มต่างกัน มีระดับการศึกษาต่างกัน และมีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาฬ จังหวัดเลย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 การทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาฬ จังหวัดเลย
รายด้าน จำแนกตามประเภทผู้นำกลุ่ม

การมีส่วนร่วม	Kruskal-Wallis Test					
1. ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน	μ	Mean Rank	n	df	Chi-Square	p-value
1.1 ผู้นำชุมชน	3.64	36.47	33	2	46.80*	.00
1.2 ผู้ประกอบการในชุมชน	4.38	71.68	31			
1.3 กลุ่มเป้าหมาย	3.35	28.17	27			
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน	μ	Mean Rank	n	df	Chi-Square	p-value
2.1 ผู้นำชุมชน	3.65	42.47	33	2	15.70*	.00
2.2 ผู้ประกอบการในชุมชน	4.20	60.37	31			
2.3 กลุ่มเป้าหมาย	3.30	33.81	27			
3. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	μ	Mean Rank	n	df	Chi-Square	p-value
3.1 ผู้นำชุมชน	3.76	40.09	33	2	33.10*	.00
3.2 ผู้ประกอบการในชุมชน	4.42	67.10	31			
3.3 กลุ่มเป้าหมาย	3.37	29.00	27			
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	μ	Mean Rank	n	df	Chi-Square	p-value
4.1 ผู้นำชุมชน	3.75	36.45	33	2	55.01*	.00
4.2 ผู้ประกอบการในชุมชน	4.57	73.74	31			
4.3 กลุ่มเป้าหมาย	3.87	25.81	27			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประเภทผู้นำกลุ่มต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาฬ จังหวัดเลย ทั้ง 4 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 การทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวาฬ จังหวัดเลย
รายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

การมีส่วนร่วม	Kruskal-Wallis Test					
1. ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน	μ	Mean Rank	n	df	Chi-Square	p-value
1.1 ระดับประถมศึกษา	3.98	53.81	62	3	18.70*	.00
1.2 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	3.44	28.41	17			
1.3 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.33	26.70	10			
1.4 ระดับปริญญาตรี	4.00	50.00	2			

ตารางที่ 4 (ต่อ)

การมีส่วนร่วม	Kruskal-Wallis Test					
1. ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน	μ	Mean Rank	n	df	Chi-Square	p-value
1.1 ระดับประถมศึกษา	3.98	53.81	62	3	18.70*	.00
1.2 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	3.44	28.41	17			
1.3 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.33	26.70	10			
1.4 ระดับปริญญาตรี	4.00	50.00	2			
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน	μ	Mean Rank	n	df	Chi-Square	p-value
2.1 ระดับประถมศึกษา	3.89	51.15	62	3	7.64	.06
2.2 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	3.39	35.15	17			
2.3 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.35	33.40	10			
2.4 ระดับปริญญาตรี	3.67	41.75	2			
3. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	μ	Mean Rank	n	df	Chi-Square	p-value
3.1 ระดับประถมศึกษา	4.06	53.91	62	3	17.77*	.00
3.2 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	3.47	29.94	17			
3.3 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.47	27.60	10			
3.4 ระดับปริญญาตรี	3.50	29.25	2			
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	μ	Mean Rank	n	df	Chi-Square	p-value
4.1 ระดับประถมศึกษา	4.10	54.44	62	3	20.60*	.00
4.2 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	3.41	29.35	17			
4.3 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	3.24	24.00	10			
4.4 ระดับปริญญาตรี	3.80	35.75	2			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ตารางที่ 5 การทดสอบความแตกต่างของการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย รายด้าน จำแนกตามทุนจดทะเบียนเริ่มแรก

การมีส่วนร่วม	Mann-Whitney U Test				
1. ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน	μ	Mean Rank	n	Mann-Whitney U value	Mann-Whitney U prob
1.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.51	32.39	22	459.50*	.01
1.2 10,000-50,000 บาท	3.90	50.34	69		

ตารางที่ 5 (ต่อ)

การมีส่วนร่วม	Mann-Whitney U Test				
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน	μ	Mean Rank	n	Mann-Whitney U value	Mann-Whitney U prob
2.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.51	41.16	22	652.50	.32
2.2 10,000-50,000 บาท	3.81	47.54	69		
3. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	μ	Mean Rank	n	Mann-Whitney U value	Mann-Whitney U prob
3.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.63	36.75	22	555.50	.06
3.2 10,000-50,000 บาท	3.95	48.95	69		
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	μ	Mean Rank	n	Mann-Whitney U value	Mann-Whitney U prob
4.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.46	33.77	22	490.00*	.02
4.2 10,000-50,000 บาท	4.00	49.90	69		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย อภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากสมาชิกกลุ่มต้องรับรู้ร่วมกันเกี่ยวกับการรับผลประโยชน์ จากการผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์มากขึ้น โดยยอมรับผลประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกัน ทำให้ทุกคนมีรายได้และมีความสุขกับการทำงานมากขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวทำให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านผลประโยชน์อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชัย พันธุ์ธาดาพร (2558) ที่ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การได้รับผลประโยชน์จากกลุ่มในฐานะสมาชิก การรับผลประโยชน์ที่ทำให้มีความคุ้มค่าคุ้มทุนกับเพื่อนสมาชิก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญานิษฐ์ แสงราชา (2564) ที่ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน พบว่า การรับผลประโยชน์ทำให้ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตหรือการแปรรูปเพิ่มขึ้น การรับผลประโยชน์ทำให้ท่านมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก เนื่องจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจจะต้องประเมินการปฏิบัติงานของคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจรวมทั้งการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่ม มีการติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจอย่างต่อเนื่องตลอดปี จากเหตุผลดังกล่าวทำให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการประเมินผลอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของชญานิษฐ์ แสงราชา (2564) ที่ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน พบว่า การเข้าร่วมการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้นำและคณะกรรมการกลุ่ม การเข้าร่วมประเมินผลการดำเนินงานธุรกิจของกลุ่มในรอบปี

ร่วมกับสมาชิกกลุ่มท่านอื่นๆ การเข้าร่วมการวางแผนการติดตามของกลุ่มวิสาหกิจในการผลิตต่อไป และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชัย พันธุ์ธาดาพร (2558) ที่ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าการประเมินผลการดำเนินธุรกิจของกลุ่มในรอบปี การทำงานเพื่อติดตามผลการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม และการประเมินผลการทำงานปฏิบัติงานของสมาชิกกลุ่ม

ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีการกำหนดบทบาทหน้าที่สมาชิกทุกคนรวมทั้งการคัดเลือกผู้รับผิดชอบในแต่ละกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจ ร่วมกันจัดทำแผนการดำเนินงาน กำหนดกฎระเบียบในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน ตลอดจนการคิดต้นทุนการผลิตสินค้าและการหาแนวทางในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจ จากเหตุผลดังกล่าวทำให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการวางแผนอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชัย พันธุ์ธาดาพร (2558) ที่ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าการคัดเลือกผู้รับผิดชอบในการกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่ม พิจารณาการแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับสมาชิกกลุ่ม การวางแผนและจัดทำแผนการดำเนินธุรกิจกลุ่ม การกำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการกลุ่มและการตั้งกฎกติกาในการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชญาธิษฐ์ แสนราชา (2564) ที่ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน พบว่า การเข้าร่วมประชุมกลุ่มสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ การได้รับข้อมูลรายรับ-รายจ่าย ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุกเดือนอย่างสม่ำเสมอและการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดทำแผนการดำเนินงานธุรกิจกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนจะต้องประสานงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจ การศึกษาเรียนรู้จากหน่วยงานอื่นๆ รับฟังการให้คำแนะนำ การอบรมให้ความรู้จนเกิดความชำนาญในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจ ตลอดจนการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ รวมถึงการควบคุมตรวจและตรวจสอบวัสดุอุปกรณ์จากการดำเนินงานที่ผ่านมา จากเหตุผลดังกล่าวทำให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชัย พันธุ์ธาดาพร (2558) ที่ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การให้คำแนะนำในเรื่องที่มีความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษแก่กลุ่ม การควบคุมตรวจสอบการดำเนินธุรกิจกลุ่ม ผู้ประสานงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มและการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ในการดำเนินงาน และยังสอดคล้องกับวิจัยของชญาธิษฐ์ แสนราชา (2564) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน พบว่า การมีส่วนร่วมในการวางแผน กำกับ ติดตาม และตรวจสอบกระบวนการผลิตสินค้าเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ การมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มและมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าเพื่อให้จำหน่ายสินค้าได้หลายช่องทาง

2. การเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวัง จังหวัดเลย จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ประเภทของผู้นำกลุ่ม ระดับการศึกษาของสมาชิก และทุนจดทะเบียนเริ่มแรกของกลุ่ม พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าวัง จังหวัดเลย จำแนกตามประเภทของผู้นำกลุ่ม ระดับการศึกษาของสมาชิก และทุนจดทะเบียนเริ่มแรกต่างกัน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจมีการส่วนร่วมในการดำเนินงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประเภทผลิตภัณฑ์ต่างกันมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประเภทผู้นำกลุ่มต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานแตกต่างกัน เนื่องจาก สมาชิกกลุ่มที่มีผู้ประกอบการเป็นผู้นำกลุ่มนั้น ผู้ประกอบการจะมีประสบการณ์ครอบคลุมทุกด้าน ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการจัดจำหน่าย อีกทั้งยังมีความรู้และความเชี่ยวชาญในการผลิตสินค้าอย่างเต็มเปี่ยม นอกจากนี้ พวกเขายังมีความพร้อมในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงความกระตือรือร้นในการดำเนินการผลิตหรือจำหน่ายสินค้า ไม่ว่าจะเป็นในระดับชุมชนหรือการขยายตลาดไปยังระดับจังหวัดและต่างจังหวัด รวมถึงก่อให้เกิดการเชื่อมโยงกับเครือข่ายกลุ่มธุรกิจต่างๆ รวมทั้งยังสามารถติดตามและรับรู้ความก้าวหน้าของธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาความสำเร็จในอนาคต จากเหตุผลดังกล่าว

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผู้ประกอบการเป็นผู้นำกลุ่มนั้น สมาชิกกลุ่มจึงมีส่วนร่วมในการดำเนินงานสูงกว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผู้นำชุมชน และกลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้นำกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเกรลิน สมบูรณ์ (2567) ที่กล่าวว่าผู้ประกอบการนั้นเป็นผู้ที่ตัดสินใจในการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่โดยพิจารณาความเสี่ยงที่จะใช้ทรัพยากรและเวลาในการสร้างสรรค์ ตลอดจนการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจ

2.2 สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานแตกต่างกัน เนื่องจากสมาชิกกลุ่มที่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาส่วนมากจะเป็นผู้ปฏิบัติงานในทุกๆ ด้าน ทั้งการรับผิดชอบกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่ม เป็นผู้จัดจำหน่าย การจัดทำเป็นอาชีพเสริม รวมถึงคำนึงถึงการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเหมาะสมเพื่อให้ครอบครัวมีรายได้เพิ่มขึ้นมีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าเดิม นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการสนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้นำและคณะกรรมการกลุ่ม เพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่มเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพเพราะจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นสมาชิกกลุ่มที่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา จึงมีส่วนร่วมในด้านการวางแผน ด้านผลประโยชน์ และด้านการประเมินมากที่สุดกว่าสมาชิกกลุ่มที่สำเร็จการศึกษาในระดับอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ เนื่องผาสุข, สีนินุช คุรุขเมือง แสนเสริมผล, และ เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ (2558) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่า ระดับการศึกษาของสมาชิกที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษาสมาชิกมีพื้นฐานการศึกษาสามารถดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนได้ แต่พื้นฐานการศึกษาของสมาชิกยังไม่สูงมากอาจเป็นข้อจำกัดในการพัฒนาความรู้ความสามารถของสมาชิก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่แตกต่างกับงานวิจัยของพรชัย พันธุ์ธาดาพร (2558) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า สภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนจำแนกตามระดับการศึกษาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกต่างกัน การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานแตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกในระดับสูงจะให้ความสำคัญกับทุกๆ งานทุกๆ กิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนและจัดทำแผนการดำเนินงานของกลุ่มอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในการวางแผนการผลิตและการกำหนดต้นทุนการผลิตสินค้า รวมทั้งการติดตามและประเมินผลการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอย่างใกล้ชิด เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับเป้าหมายที่กำหนดไว้เพื่อให้คุ้มค่ากับการลงทุนมากที่สุด จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกมาก สมาชิกกลุ่มจึงมีส่วนร่วมในด้านการวางแผน และด้านการประเมินมากกว่ากลุ่มที่มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรกต่ำ ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของพรชัย พันธุ์ธาดาพร (2558) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า สภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนจำแนกตามทุนจดทะเบียนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประเภทของผลิตภัณฑ์ต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่ว่าจะมีผลิตภัณฑ์ต่างกัน แต่กระบวนการหรือวิธีการดำเนินงานจะไม่แตกต่างกันมากนักทั้งในด้านการวางแผน ด้านการดำเนินงาน ด้านผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ต่างกันจึงมีส่วนร่วมในการดำเนินงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชัย พันธุ์ธาดาพร (2558) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย พบว่า โดยภาพรวมสมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีส่วนร่วมสูงที่สุด คือ ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ เพราะการรับผลประโยชน์ที่ทำให้สมาชิกได้เรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตและการแปรรูปมากขึ้น การยอมรับซึ่งกันและกัน รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล เพราะสมาชิกจะต้องประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การติดตาม

ความก้าวหน้าการดำเนินงานของกลุ่ม และจากการศึกษาเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย พบว่ากลุ่มที่มีประเภของผู้นำกลุ่ม ระดับการศึกษาของสมาชิก และทุนจดทะเบียนเริ่มแรกแตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประเภผลผลิตภัณฑ์ต่างกัน สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานและปัจจัยต่างๆ เช่น ประเภทของผู้นำกลุ่ม ระดับการศึกษาของสมาชิก และทุนจดทะเบียนเริ่มแรก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน ควรมีกติกาในการเข้าร่วมประชุมกลุ่ม เพื่อให้มีการเข้าร่วมการประชุมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อติดตามผลการทำงาน การวางแผนอย่างต่อเนื่องและแนวทางการในการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ควรมีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารการดำเนินงานให้แก่สมาชิกได้รับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างทั่วถึงและชัดเจน
3. ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ควรมีการตกลงรายละเอียดการจัดสรรผลประโยชน์ให้สมาชิกอย่างชัดเจนและควรจัดผลประโยชน์ในการดูแลสวัสดิการแก่สมาชิกและครอบครัว การประกอบอาชีพเพิ่มเติมนอกจากเงินปันผล
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ควรมีการประชุมและชี้แจงความก้าวหน้าผลการดำเนินงานของกลุ่มและการติดตามผลการดำเนินงานของกลุ่มเพื่อนำมาแก้ไขปัญหาดังกล่าว เช่น การผลิตให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน
5. ควรมีการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่วิสาหกิจชุมชน โดยการสนับสนุนการเรียนรู้ของผู้นำกลุ่ม และสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ความพร้อมปัญหาและอุปสรรค เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ
2. ควรศึกษาตัวแปรในปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น การวางแผนการผลิต การจัดการด้านการผลิต การพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการทางด้านการเงินและบัญชีของกลุ่ม ที่จะเป็นข้อมูลไปปรับใช้และพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เกวณีน สมบูรณ์. (2567). *เศรษฐศาสตร์ในชีวิตประจำวันและการประกอบการ*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- จุฑารัตน์ เนื่องผาสุก, สนิษ คุชเมือง แสนเสริม, และ เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ. (2558). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. *รายงานการประชุมวิชาการ ประจำปี 2558 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ภาคบรรยาย (น.51-60)*. การประชุมวิชาการ ครั้งที่ 12 ประจำปี 2558. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน, นครปฐม.
- ชญาณัฐ แสนราชา. (2564). *การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- ดาวใจ ดอกไม้คัล. (2556). *การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ในอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2565). *การจัดการและพัฒนามหาวิทยาลัยชุมชน*. สงขลา: สถาบันสันติศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: เอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- พรชัย พันธุ์ธาดาพร. (2558). รายงานการวิจัยเรื่อง *การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานวิทยาลัยชุมชน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (รายงานการวิจัย). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- ระบบข้อมูลครัวเรือนยากจนระดับจังหวัดเลย. (2567). สืบค้นจาก www.ppaos.com/ppaos42/frontend/web/.
- วรินทร์ธร โตพันธ์, ภาควดี ศิริวัชรสุข, และ เนตรนภา พงเพชร. (2566). การแก้ปัญหาความยากจนด้วยโมเดลแก้จน “ฟื้นฟูเศรษฐกิจหล่อเลี้ยงชีวิตด้วยไฟ” อำเภอท่าวาสุกรี จังหวัดเลย. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 15(4), 296-313.
- สำนักงานเกษตรอำเภอท่าวาสุกรี. (2567). *ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการเกษตรอำเภอเมืองเลย*. เลย: กลุ่มสารสนเทศการเกษตร สำนักงานเกษตรอำเภอท่าวาสุกรี.

ผลกระทบของการรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี
และอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok
ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี

The Impact of Perceived Marketing Content, Perception of Technology Usage,
and Social Influence on Online Purchase Decisions Through the Use of the TikTok Application
in Udon Thani Municipality, Udon Thani Province

อรรณพ ต.ศรีวงษ์¹ นติยาภรณ์ ตุงคะสมิต¹

Annop T.Srivong¹ Natiyaphon Tungkhasamit¹

Corresponding Author's Email: Annop.ts@ssru.ac.th¹

(Received: December 2, 2024; Revised: May 2, 2025; Accepted: May 7, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม และการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อศึกษาผลกระทบระหว่างการรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี อิทธิพลทางสังคม กับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากผู้มีประสบการณ์ซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok มีการรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม อยู่ในระดับมาก 2) ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ผลกระทบระหว่างการรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ร้อยละ 76.70 สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้ แอปพลิเคชัน TikTok ได้ร้อยละ 58.60 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (SEE) ร้อยละ 50.30 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่า ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok มากที่สุดคือ อิทธิพลทางสังคม (BETA = 0.508) รองลงมา การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี (BETA = 0.192) และ การรับรู้เนื้อหาทางการตลาด (BETA = 0.133)

คำสำคัญ: เนื้อหาทางการตลาด การตัดสินใจซื้อ สินค้าออนไลน์ แอปพลิเคชัน

Abstract

This research aims to: 1) To study the level of awareness of marketing content, technology usage perception, and social influence on online purchasing decisions through the use of the TikTok application in the municipal area of Udon Thani Province; 2) To study the impact of marketing content awareness, technology usage perception, and social influence on online purchasing decisions through the use of the TikTok application in the municipal area of Udon Thani Province. Data was collected using a questionnaire from 400 individuals with experience purchasing products through the TikTok application in the municipal area of Udon Thani Province, with the questionnaire serving as the data collection tool. The statistics used for data analysis include the mean, standard deviation, correlation

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการค้า ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

¹ Lecturers, Trade Management, Udonthaini Education Center, Suan Sunandha Rajabhat University

coefficient analysis, and multiple regression analysis. The research findings revealed that: 1) Experienced online shoppers who use the TikTok application have a high level of marketing content perception, technology usage perception, and social influence; 2) The hypothesis testing results revealed that the impact of marketing content perception, technology usage perception, and social influence on the decision to purchase online goods through the TikTok application yielded a correlation coefficient (R) of 76.70%. These factors collectively explained 58.60% of the variance in online purchasing decisions made via the TikTok application, with a standard error of the estimate (SEE) of 50.30%. Upon examining the regression coefficients of the predictors, it was found that social influence had the strongest impact on the decision to purchase online goods through the TikTok application (BETA = 0.508), followed by technology usage perception (BETA = 0.192), and marketing content perception (BETA = 0.133).

Keywords: marketing content, purchasing decision, online product, application

ความเป็นมาของปัญหา

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อยกระดับศักยภาพและขับเคลื่อนระบบการวิจัย ด้านวิทยาศาสตร์ และนวัตกรรมอย่างมีส่วนร่วม เพื่อส่งมอบคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ผลักดันให้ประเทศไทยสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ได้จัดทำแผนด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมของประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570 ตามเป้าประสงค์ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเศรษฐกิจไทยด้วยเศรษฐกิจสร้างคุณค่าและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ให้มีความสามารถในการแข่งขันและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนพร้อมสู่อนาคตโดยใช้วิทยาศาสตร์ การวิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว), 2565) ความสำคัญ โดยแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียจัดเป็นนวัตกรรมสำคัญในการพัฒนาทางด้านธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงลูกค้า หรือช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าองค์ความรู้ด้านนี้สามารถนำไปใช้ขยายผลต่อยอดจากโครงการต้นแบบหรือโครงการขนาดเล็กไปยังพื้นที่ หรือกลุ่มเป้าหมายอื่น เพื่อการแก้ไขปัญหา ยกระดับการพัฒนาอย่างยั่งยืนส่งผลกับธุรกิจเอกชนท้องถิ่นสามารถแข่งขันในตลาดปัจจุบันได้อย่างทัดเทียม ดังนั้น การพัฒนาธุรกิจท้องถิ่นให้สามารถแข่งขันในตลาดจึงจำเป็นต้องเลือกเครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสมมีประสิทธิภาพเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ใช้ต้นทุนน้อย จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ช่องทางการตลาดออนไลน์จึงเหมาะสมที่สุด ผู้ประกอบจำเป็นต้องมองหาพื้นที่ในสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการแสดงสินค้า การชำระเงิน การแสดงความคิดเห็น แสดงความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ อีกทั้งการแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากการซื้อ

TikTok เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคชาวไทย ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา TikTok ได้กลายเป็นช่องทางการตลาดที่สำคัญสำหรับธุรกิจ มีผู้ประกอบการจำนวนมากที่เลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ชนิดนี้ในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการบนแพลตฟอร์มสามารถพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ TikTok ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาและซื้อผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์เมื่อพวกเขาเห็นบุคคลอื่น เช่น อินฟลูเอนเซอร์ กลุ่มเพื่อนซื้อหรือแนะนำผลิตภัณฑ์เหล่านั้นบนแพลตฟอร์ม แสดงถึงความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและการแสดงความเป็นเจ้าของ ส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าออนไลน์จากแพลตฟอร์มนี้มากขึ้น เนื่องจากความบันเทิงของวิดีโอคอนเทนต์มีระยะเวลาสั้นในการรับชม ทำให้เนื้อหาที่ตราสินค้าต้องการสื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ผู้บริโภคไม่กดข้ามสามารถเข้าใจง่าย คลิปวิดีโอถูกทำให้กระชับที่สุด ปัจจุบันในประเทศไทยมีครีเอเตอร์มากกว่า 3 ล้านรายที่สร้างรายได้จาก TikTok มีผู้ขายมากกว่า 2.4 ล้านคน กว่าร้อยละ 99 เป็นผู้ขายในประเทศ โดยพฤติกรรมผู้ใช้บริการ TikTok มีลักษณะการใช้งานเพื่อความบันเทิงผสานการช้อปปิ้ง (Economic engine) โดยตลอดปี 2566 พฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน TikTok มียอดการใช้จ่ายเงินเฉลี่ยอยู่ที่ 14,000 บาทต่อคน และมีแนวโน้มใช้จ่ายเพิ่มขึ้น (Thairath Money, 2567)

จากการสำรวจข้อมูลผู้ใช้ TikTok มีข้อมูลที่น่าสนใจ พบว่า ผู้ใช้งานในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มไม่ว่าจะเป็น Like share หรือ Comment กระทั่งสั่งซื้อสินค้าออนไลน์อีกด้วย อีกประเด็นที่น่าสนใจ คือ ผู้ใช้ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีแนวโน้มที่จะสร้างคอนเทนต์บนแพลตฟอร์ม มากกว่า 1.7 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งหมวดหมู่ยอดนิยมที่ผู้ใช้ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ความสนใจ ได้แก่ ความบันเทิง อาหาร การแสดงความสามารถ แฟนชั่นและความสวยความงาม ซึ่งมีแนวโน้มการรับชมและมีส่วนร่วมกับเนื้อหาแฟนชั่นมากกว่า 1.2 เท่า เมื่อเทียบกับผู้ใช้บนแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น (สำนักข่าว TODAY, 2566)

จังหวัดอุดรธานีอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นจังหวัดที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ประชากรในจังหวัดมีการใช้งานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างแพร่หลาย มีการซื้อสินค้าออนไลน์รวมถึงการใช้แอปพลิเคชัน TikTok อยู่ในปริมาณสูง หน่วยงานภาครัฐทางจังหวัดได้มีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าจากการค้าการลงทุนในด้านภาคการบริการทั้งสิ้น 71,005 ล้านบาท โดยการใช้ ดิจิทัลแพลตฟอร์มและระบบสารสนเทศทั้งสื่อ Social media โดยตั้งเป้าให้มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นของการค้าผ่านระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 (จังหวัดอุดรธานี, 2566) ทั้งนี้กลยุทธ์ของธุรกิจในรูปแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน จึงเป็นที่น่าจับตามองเนื่องจากสามารถตอบโจทย์ของผู้ประกอบการในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ในการแข่งขันที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นและการเติบโตของของธุรกิจการค้าผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องตระหนักถึงความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง เข้าใจความนึกคิดและทัศนคติของผู้บริโภคก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของสื่อ เนื้อหา การใช้งานรวมถึงบุคคลใกล้ชิด เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างเหมาะสม

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีการพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์หลากหลายมิติมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาเชิงการตลาดในรูปแบบการให้ความบันเทิง ให้ข้อมูลที่เปี่ยมประโยชน์ การเข้าถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้บริโภค การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี เช่น ความง่ายในการใช้งาน ประโยชน์จากการใช้งาน และในด้านอิทธิพลทางสังคม เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือบุคคลผู้มีชื่อเสียง โดยการศึกษาในครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการตลาด รวมทั้งการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการเพื่อให้สอดคล้องต่อรูปแบบการใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภคในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม และการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาผลกระทบระหว่างการรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี อิทธิพลทางสังคมกับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี

นิยามศัพท์เฉพาะ

การรับรู้เนื้อหาทางการตลาด หมายถึง รูปแบบเนื้อหาที่สื่อสารผ่านทางแอปพลิเคชัน TikTok ไปสู่ผู้บริโภค เพื่อจูงใจและให้ติดตาม ประกอบไปด้วย เนื้อหาด้านความบันเทิง เนื้อหาที่มีประโยชน์ เนื้อหาเน้นอารมณ์และความรู้สึก

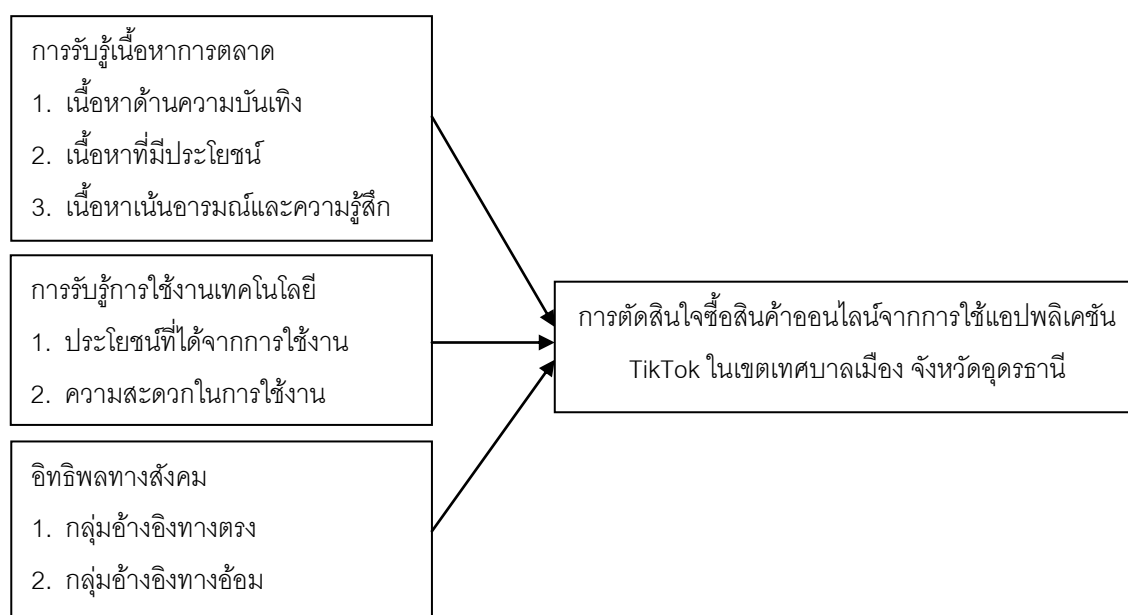
การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี หมายถึง การรับรู้การใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ประกอบไปด้วย ประโยชน์ที่ได้จากการใช้งาน ว่าแอปพลิเคชันมีประโยชน์อย่างไร สามารถพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินการได้มากน้อยเพียงใด และความสะดวกในการใช้งาน เป็นการรับรู้ของผู้ใช้งานว่า แอปพลิเคชันมีความง่าย สามารถเรียนรู้ได้รวดเร็วแค่ไหน

อิทธิพลทางสังคม หมายถึง กลุ่มบุคคลอ้างอิงที่มีผลต่อความรู้สึกของผู้ใช้แอปพลิเคชัน TikTok ประกอบไปด้วย กลุ่มอ้างอิงทางตรง เป็นกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด เช่น คนในครอบครัว เพื่อนสนิท เป็นต้น กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม เป็นกลุ่มคนที่ไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับผู้ใช้ออปพลิเคชัน TikTok แต่เป็น กลุ่มบุคคลหรือบุคคลที่ผู้ใช้แอปพลิเคชัน ชื่นชอบยึดเป็นแบบอย่าง เช่น ดารา นักแสดง หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ หมายถึง การซื้อสินค้าและบริการของผู้ใช้แอปพลิเคชัน TikTok เป็นความตั้งใจที่เกิดขึ้นภายหลังที่ผู้ใช้แอปพลิเคชัน มีการรับรู้เนื้อหาทางการตลาด รับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคมจากการใช้ แอปพลิเคชัน TikTok

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์กรอบแนวคิด การรับรู้เนื้อหาทางการตลาด จากแนวคิดของ เมธชนัน สุขประเสริฐ (2558) การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี จากแนวคิดของ ดวงพร รัตสินทร (2562) แนวคิด อิทธิพลทางสังคม ประยุกต์แนวคิดจาก ดวงสมร หวังช้าง (2562) และการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี ประยุกต์แนวคิดจาก ศศิ จุญญไพศาล (2565) เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยศึกษาเกี่ยวกับ การรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการเพื่อขายผ่าน สินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาเฉพาะผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนได้ โดยการคำนวณสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ .05 จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาทั้งสิ้น 385 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนจากการเก็บข้อมูล งานวิจัยนี้จึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง โดยใช้การเก็บข้อมูลการสุ่มอย่างง่าย (Sample random sampling) จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยข้อคำถามแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามสำหรับคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติในการตอบแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ คือ ผู้มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้เนื้อหาทางการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน TikTok

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานเทคโนโลยีผ่านแอปพลิเคชัน TikTok

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมจากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok

ตอนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) สูงกว่า 0.5 ในทุกข้อคำถาม ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try-out) กับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทดสอบค่าความเชื่อมั่นด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) ของแบบสอบถามทั้งหมด โดยปัจจัยด้านการรับรู้เนื้อหาทางการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน TikTok มีค่าระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ระดับ 0.859 ปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานเทคโนโลยีผ่านแอปพลิเคชัน TikTok มีค่าระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ระดับ 0.713 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมจากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok มีค่าระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ระดับ 0.812 และการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok มีค่าระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ระดับ 0.885

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ (Google forms) กำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลภายในระยะเวลา 4 เดือน โดยแชร์ลิงค์ผ่านเพจสาขาวิชาการจัดการการค้า สอนสุนันทาอุดรธานี

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อคำนวณสถิติที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยก่อนนำไปวิเคราะห์และอภิปรายผล โดยใช้ 1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive data analysis) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential data analysis) โดยทำการทดสอบปัจจัย การรับรู้เนื้อหาข้อมูลทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และค่าสถิติถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานีมี ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 อยู่ระหว่าง 15 - 25 ปี เป็นจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 และมีรายได้ต่ำกว่า 9,000 บาทต่อเดือน

2. ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคมจากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดอุดรธานี ดังตารางที่ 1 – 3

ตารางที่ 1 ระดับการรับรู้เนื้อหาทางการตลาดผ่านการใช้อปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี

การรับรู้เนื้อหาการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
เนื้อหาด้านความบันเทิง			
1. คลิปวิดีโอจาก TikTok ให้ความสนุกสนาน สามารถดึงดูดความสนใจของท่านได้ดี	4.33	0.86	มาก
2. ท่านคิดว่าจะไม่กดข้ามช่วงการโฆษณาในคลิปวิดีโอจาก TikTok ที่ท่านให้ความสนใจ	4.10	0.98	มาก
3. เนื้อหาของคลิปวิดีโอจาก TikTok ที่ให้ความบันเทิงมีส่วนช่วยให้ท่านซื้อสินค้าหรือบริการที่แสดงบนคลิป	4.19	0.86	มาก
ภาพรวมเนื้อหาด้านความบันเทิง	4.21	0.78	มาก
เนื้อหาที่มีประโยชน์			
4. คลิปวิดีโอจาก TikTok บอกรายละเอียดของสินค้าที่ท่านสนใจ เช่น คุณสมบัติ วิธีการใช้ หรือราคา ได้อย่างชัดเจน	4.14	0.90	มาก
5. การรับชมคลิปวิดีโอจาก TikTok ให้ประโยชน์เมื่อท่านตั้งใจจะซื้อสินค้านั้นอย่างแน่นอน	4.17	0.89	มาก
6. เนื้อหาของคลิปวิดีโอจาก TikTok มีประโยชน์มีส่วนช่วยให้ท่านซื้อสินค้าหรือบริการนั้น	4.16	0.92	มาก
ภาพรวมเนื้อหาที่มีประโยชน์	4.15	0.81	มาก
เนื้อหาเน้นอารมณ์และความรู้สึก			
7. ท่านมีความรู้สึกอยากซื้อสินค้านั้นอย่างรวดเร็วขณะรับชมคลิปวิดีโอจาก TikTok ที่ท่านสนใจ	4.15	0.93	มาก
8. ท่านคิดว่าจะแชร์คลิปวิดีโอจาก TikTok ที่ท่านชื่นชอบ	4.17	0.92	มาก
9. ภาพของสินค้าในคลิปวิดีโอจาก TikTok ดึงดูดความสนใจให้ท่านอยากซื้อสินค้านั้น	4.22	0.89	มาก
ภาพรวมเนื้อหาเน้นอารมณ์และความรู้สึก	4.17	0.82	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับการรับรู้เนื้อหาทางการตลาดของผู้มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี มีดังนี้

เนื้อหาด้านความบันเทิง มีระดับการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานีให้ความสำคัญกับคลิปวิดีโอจาก TikTok ให้ความสนุกสนาน สามารถดึงดูดความสนใจของท่านได้ดี

เนื้อหาที่มีประโยชน์ มีระดับการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานีให้ความสำคัญกับการรับชมคลิปวิดีโอจาก TikTok ให้ประโยชน์ต่อเมื่อตั้งใจจะซื้อสินค้านั้น

เนื้อหาเน้นอารมณ์และความรู้สึก มีระดับการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานีให้ความสำคัญกับภาพของสินค้าในคลิปวิดีโอจาก TikTok ดึงดูดความสนใจให้ท่านอยากซื้อสินค้านั้น

ตารางที่ 2 ระดับการรับรู้การใช้งานเทคโนโลยีผ่านการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี

การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
ประโยชน์ที่ได้จากการใช้งาน			
1. ข้อมูลที่รับเป็นประโยชน์ในการเลือกชมสินค้า ผ่านคลิปวิดีโอจาก TikTok	4.23	0.90	มาก
2. ท่านสนใจรับชมคลิปวิดีโอที่อัปเดตตามเทรนด์ล่าสุด	4.14	0.91	มาก
3. ท่านคิดว่าได้รับรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการผ่านคลิปวิดีโอจาก TikTok	4.15	0.94	มาก
ภาพรวมประโยชน์จากการใช้งาน	4.18	0.82	มาก
ความสะดวกในการใช้งาน			
4. ท่านคิดว่าสามารถดูคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ได้ง่ายดาย	4.32	0.82	มาก
5. แอปพลิเคชัน TikTok บนสมาร์ตโฟนสามารถ ปรับขยายขนาดหน้าต่างตามการใช้งานได้สะดวก	4.26	0.85	มาก
6. ท่านคิดว่าฟังก์ชันในแอปพลิเคชัน TikTok สามารถใช้งานได้ง่าย	4.25	0.87	มาก
ภาพรวมความสะดวกในการใช้งาน	4.28	0.77	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับการรับรู้การใช้งานเทคโนโลยีของผู้มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี มีดังนี้

ประโยชน์ที่ได้จากการใช้งาน มีการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่รับเป็นประโยชน์ในการเลือกชมสินค้า ผ่านคลิปวิดีโอจาก TikTok

ความสะดวกในการใช้งาน มีการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานีให้ความสำคัญกับสามารถดูคลิปวิดีโอผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ได้ง่ายดาย

ตารางที่ 3 ระดับการรับรู้อิทธิพลทางสังคมผ่านการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี

อิทธิพลทางสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
กลุ่มอ้างอิงทางตรง			
1. เมื่อท่านเห็นเพื่อนรับชมวิดีโอออนไลน์ ท่านมักจะรับชมตามเสมอ	4.17	0.98	มาก
2. ท่านปรึกษาคนใกล้ชิด (ครอบครัว เพื่อนสนิท) ก่อนจะซื้อสินค้าเสมอ	4.05	1.13	มาก
3. ท่านเชื่อคำแนะนำเรื่องการซื้อสินค้าจากคนใกล้ชิด (ครอบครัว เพื่อนสนิท) มากกว่าคลิปวิดีโอจาก TikTok	4.09	1.09	มาก
ภาพรวมกลุ่มอ้างอิงทางตรง	4.10	0.98	มาก
กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม			
1. ท่านมักจะดูคลิปวิดีโอของดารา นักแสดง นักร้องหรือบุคคลที่ท่านชื่นชอบจากแอปพลิเคชัน TikTok	4.18	0.94	มาก
2. ท่านมักจะรับชมคลิปวิดีโอจากแอปพลิเคชัน TikTok ที่มียอดการรับชมจำนวนมาก	4.22	0.92	มาก
3. ท่านคิดว่าการโฆษณาด้วยดารา นักแสดง นักร้อง หรือผู้มีอิทธิพลทางสังคมออนไลน์ ทำให้ท่านอยากจะซื้อสินค้านั้น	4.19	0.96	มาก
ภาพรวมกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม	4.19	0.84	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับการรับรู้อิทธิพลทางสังคมผ่านของผู้มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี มีดังนี้

กลุ่มอ้างอิงทางตรง มีระดับการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี ให้ความสำคัญกับการรับชมคลิปวิดีโอตามกลุ่มเพื่อนแนะนำ

กลุ่มอ้างอิงทางอ้อม มีระดับการรับรู้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี ให้ความสำคัญกับการรับชมคลิปวิดีโอจากแอปพลิเคชัน TikTok ที่มียอดการรับชมจำนวนมาก

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี

การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ท่านมีความตั้งใจจะซื้อสินค้าหรือบริการที่เห็น จากแอปพลิเคชัน TikTok	4.20	0.89	มาก
2. การดูคลิปวิดีโอจากแอปพลิเคชัน TikTok มีส่วนช่วยในการกระตุ้นให้ซื้อสินค้าที่ท่านตั้งใจจะซื้อ อยู่แล้ว	4.19	0.84	มาก
3. การโฆษณาในคลิปวิดีโอจากแอปพลิเคชัน TikTok ทำให้ท่านเข้าใจในตัวสินค้าที่ท่านจะซื้อ มากกว่าสื่ออื่น	4.27	0.82	มาก
ภาพรวมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์	4.22	0.78	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี มีดังนี้

ภาพรวมการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ มีระดับความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี ให้ความสำคัญกับการโฆษณาในคลิปวิดีโอจากแอปพลิเคชัน TikTok ทำให้ท่านเข้าใจในตัวสินค้าที่ท่านจะซื้อ มากกว่าสื่ออื่น

3. ผลการทดสอบโดยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งมีตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้เนื้อหาทางการตลาด ได้แก่

ตารางที่ 5 การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม กับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

ตัวแปร	การรับรู้เนื้อหาทางการตลาด	การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี	อิทธิพลทางสังคม	การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์
การรับรู้เนื้อหาทางการตลาด	-	0.717*	0.635*	0.593*
การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี		-	0.791*	0.689*
อิทธิพลทางสังคม			-	0.744*
การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์				-

จากตารางที่ 5 พบว่า การรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

หลังผ่านการตรวจสอบการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แล้วจึงนำตัวแปรเข้าทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยเนื้อหา การตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การทดสอบความสัมพันธ์การรับรู้เนื้อหาการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี

การรับรู้เนื้อหาการตลาด	B	S.E.	BETA	t	Sig
ค่าคงที่	0.814	0.152		5.340	0.000*
การรับรู้เนื้อหาการตลาด	0.127	0.045	0.133	2.831	0.005*
การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี	0.205	0.063	0.192	3.242	0.001*
อิทธิพลทางสังคม	0.484	0.051	0.508	9.530	0.000*
R = 0.767, R ² = 0.586, SEE = 0.503, F = 189.128					

*ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ การรับรู้เนื้อหาการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ได้แก่ การรับรู้เนื้อหาการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ร้อยละ 76.70 สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้ แอปพลิเคชัน TikTok ได้ร้อยละ 58.60 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์(SEE) ร้อยละ 50.30 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่า ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok มากที่สุดคือ อิทธิพลทางสังคม (BETA = 0.508) รองลงมา การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี (BETA = 0.192) และ การรับรู้เนื้อหาการตลาด (BETA = 0.133)

อภิปรายผล

ผลการศึกษา ผลกระทบของการรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคมที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี เนื้อหาการตลาด พบว่า ระดับการรับรู้เนื้อหาทางการตลาดด้านการบันเทิงกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สูงที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื้อหาส่วนใหญ่ในแอปพลิเคชัน TikTok เป็นเนื้อหาเน้นความบันเทิงและตลก ประกอบกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 41 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งเป็นวัยที่ซึ่งอยู่ในวัยที่มีความพึงพอใจในเรื่องของความบันเทิงและเนื้อหาที่เข้าถึงง่าย (ตงเหมย ฟาง, 2562) ให้ความสนใจรับรู้เนื้อหาทางด้านความบันเทิงสูงกว่าเนื้อหาสาระให้ประโยชน์ กับเนื้อหาเน้นอารมณ์และความรู้สึก กลุ่มผู้ใช้แอปพลิเคชันแสดงถึงความชื่นชอบเนื้อหาที่ทำให้เกิดความผ่อนคลาย และสนุกสนาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา บุตรจินดา (2565) จากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นว่าปัจจัยลักษณะเชิงเนื้อหาในด้านเนื้อหาสร้างความบันเทิงมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด

ระดับการรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี ด้านความสะดวกในการใช้งานกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สูงที่สุด เพราะจุดเด่นของแอปพลิเคชัน TikTok คือ เป็น Short video platform ที่ให้ผู้ใช้งานผลิตคอนเทนต์สั้นออกมา ซึ่งเข้ากันได้ดีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันของกลุ่ม Gen Y และ Z ที่มีช่วงเวลาในการให้ความสนใจอยู่เพียง 8 วินาทีและอยู่กับสมาร์ตโฟนมากถึง 10 ชั่วโมงต่อวัน คอนเทนต์สั้นบน TikTok จึงได้รับความนิยมสูงในกลุ่มผู้คนเหล่านี้ (Fai, 2563) ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอายุระหว่าง 15 ถึง 25 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่ให้ความสนใจและเรียนรู้เทคโนโลยีต่างๆ ความสะดวกในการใช้งานจึงเป็นสิ่งสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรณพิลาส กุลดิลก (2563) พบว่า TikTok ในรูปแบบครบวงจร ซึ่งผู้ใช้นั้นจะสร้างเนื้อหาได้ง่าย โดยไม่ต้องผ่านการตัดต่อจากแอปพลิเคชันอื่น สามารถเผยแพร่วิดีโอได้ทันที

ระดับการรับรู้อิทธิพลทางสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงทางตรงสูงกว่ากลุ่มอ้างอิงทางอ้อม เนื่องจากสังคมไทยให้ความสำคัญกับบุคคลใกล้ชิด อิทธิพลกลุ่มอ้างอิงที่รับรู้ได้จากคำบอกกล่าวของคนในครอบครัว เพื่อน ที่ทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นและไว้วางใจในสินค้าและบริการ ก็จะสร้างแรงผลักดันให้เกิดการซื้อโดยฉับพลัน ไม่ลังเลในการเลือกซื้อสินค้า (จิฎาภา จิวเจริญ, 2565) เมื่อกลุ่มอ้างอิงทางตรงสนใจวิดีโอหรือกิจกรรมใด ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้งาน TikTok สนใจตาม สอดคล้องกับ Chiaders and Rao (1992) ได้กล่าวไว้ว่า กลุ่มอ้างอิงทางตรง ซึ่งคือสมาชิกในครอบครัว พ่อแม่ ครูอาจารย์ และเพื่อน ถูกกำหนดโดยการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ก่อให้เกิดการคล้อยตามทำให้บุคคลมีบรรทัดฐาน ทศนคติ และค่านิยม

ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้เนื้อหาทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยเนื้อหาเน้นอารมณ์และความรู้สึกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์สูงสุด ดังนั้นการที่เข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาเหล่านี้ทำให้ เข้าใจว่าอะไรเป็นสิ่งที่กระตุ้นที่ทำให้เกิดอารมณ์ร่วมในสังคม สะท้อนค่านิยม และความคิดเห็นของคน ซึ่งเป็นประโยชน์ในการสื่อสารของแบรนด์ (อาภาภัทร บุญรอด, 2565) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค สอดคล้องกับ ธนพร คำทิพย์ (2561) พบว่า แรงจูงใจด้านอารมณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile banking

ปัจจัยการรับรู้การใช้งานเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยประโยชน์ที่ได้จากการใช้งานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคใช้แอปพลิเคชัน TikTok ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ก็จะส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีการใช้งานแอปพลิเคชันและตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ เกียรติรัตมี (2558) พบว่า ความพร้อมของแอปพลิเคชัน ที่สามารถสั่งซื้อได้ทุกที่ทุกเวลา และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับทำให้ผู้บริโภคสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดการใช้ยอมรับในเทคโนโลยี

ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี เนื่องจาก แรงจูงใจในการซื้อสินค้าที่ได้รับอิทธิพลมาจาก TikTok เป็นแรงจูงใจด้านสังคม (Yang, 2018) เมื่อผู้บริโภคเชื่อว่ากลุ่มคนที่สำคัญต่อเขาที่ใช้แอปพลิเคชัน TikTok เช่น เพื่อน คนในครอบครัว หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ต้องการให้เขาซื้อสินค้าใด เขาก็จะคล้อยตามความตั้งใจที่จะซื้อสินค้านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาดา ทวีศักดิ์ (2565) พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากบุคคลที่มีชื่อเสียง ส่งผลให้รู้สึกดึงดูดใจ ไว้วางใจ ซึ่งจะทำให้ นำเชื่อถือและตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่าย

สรุปผลการวิจัย

การวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จากการเก็บแบบสอบถามกับผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี สรุปได้ว่า ระดับการรับรู้เนื้อหาทางการตลาด เนื้อหาด้านความบันเทิงกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สูงที่สุด ส่วนระดับการรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี ด้านความสะดวกในการใช้งานกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้สูงที่สุด และระดับการรับรู้อิทธิพลทางสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงทางตรงสูงกว่ากลุ่มอ้างอิงทางอ้อม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok จากการวิเคราะห์ ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า เนื้อหาการตลาด การรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการและผู้สนใจ สามารถนำผลการวิจัยในด้านข้อมูล การรับรู้เนื้อหาทางการตลาด การใช้งานเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคมไปปรับใช้ในการวางแผนการสื่อสารเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าจากการใช้ แอปพลิเคชัน TikTok

2. ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ สามารถนำผลการศึกษานี้เนื้อหาการตลาด เนื้อหาเน้นอารมณ์และความรู้สึก ที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดอุดรธานี มากที่สุด ไปปรับใช้ความนำเสนอเนื้อหาที่เป็นที่สนใจของสังคม ผลลัพธ์มุ่งเน้นวิดีโอคอนเทนต์ รูปภาพ จัดโปรโมชันคอนเทนต์คัดเลือกอินฟลูเอนเซอร์ที่เหมาะสม ให้ตรงตามเทรนด์นิยมของกลุ่มเป้าหมายและคนใกล้ชิด ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และดึงดูดความสนใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาคำตัวแปรอื่นเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok มากขึ้น เช่น ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความคาดหวังจากการใช้งาน เป็นต้น

2. ศึกษาคำแตกต่างของการซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok เปรียบเทียบกับแอปพลิเคชันอื่น เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม และไลน์ เป็นต้น เพื่อหาแอปพลิเคชันที่มีความเหมาะสมในการเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ เพื่อเป็นตัวเลือกที่เหมาะสมกับพฤติกรรมกลุ่มผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา บุตรจินดา. (2565). ปัจจัยในการเลือกรับชมเนื้อหาและการเปิดรับสื่อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นแซดบนยูทูปในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสันตพล*, 8(1), 40-49.
- จังหวัดอุดรธานี. (2566). แผนพัฒนาจังหวัด ประจำปี พ.ศ. 2566 - 2570 (ฉบับทบทวน ปี 2567). สืบค้นจาก https://www.udonthani.go.th/main/download/development_plan66-70recover67.
- จิฎาภา จิวเจริญ. (2565). อิทธิพลกลุ่มอ้างอิง สภาวะทางอารมณ์ และพฤติกรรมการซื้อขายโดยฉาบฉวยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าในแอปพลิเคชัน SHOPEE ของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 5(3), 15-29.
- จุฑารัตน์ เกียรติศิริ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ญาดา ทวีศักดิ์. (2565). อิทธิพลของบุคคลที่มีชื่อเสียงส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคแบรนด์ EP (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ดวงพร รัตสินทร. (2562). การรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ดวงสมร หรั่งช้าง. (2562). ทศนคติ ผู้มีอิทธิพลทางสังคม และส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อต้นไม้ของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ตงเหมย ฟาง. (2562). การศึกษาโฆษณาผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของนักศึกษาหญิงในมณฑลกวางสี (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

- ธนพร คำทิพย์. (2561). แรงจูงใจและพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile-Banking ของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน จังหวัดเพชรบูรณ์ (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.
- พรรณพิลาศ กุลติลก. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารตราสินค้าและพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok. วารสาร การสื่อสารและการจัดการ นิذاء, 6(2), 35-51.
- เมธชนัน สุขประเสริฐ. (2558). ปัจจัยจากการใช้สื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในประเทศไทย กรณีศึกษา บิวตี้บล็อกเกอร์ (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ศศิ จรุงไพศาล. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์จากการใช้แอปพลิเคชัน TikTok ในประเทศไทย (สารนิพนธ์ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา
- สำนักข่าว TODAY. (2566). เผยอินไซด์ 'คนอีสาน' ช้อปบน TikTok สูง 1-7 พันบาทต่อเดือน. สืบค้นจาก. <https://workpointtoday.com/tiktok-insight-isan-people/>
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว). (2565). แผนด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ของประเทศ พ.ศ. 2566 - 2570. สืบค้นจาก https://pub.nstda.or.th/gov-dx/wp-content/uploads/2022/12/Thailand_SRI_Plan_5_Years_2023-2027_Complete_Edition.pdf.
- อภาภัทร บุญรอด. (2565). คนไทยเกี่ยวกับเรื่องของดราม่า. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/993997>.
- Childers, T. L., and Rao, A. R. (1992). The Influence of Familial and Peer-Based Reference Groups on Consumer Decisions. *Journal of Consumer Research*, 19(2), 198-211.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Fai. (2563). How to สร้างคอนเทนต์ให้ชนะใจผู้บริโภคทุก Gen. สืบค้นจาก <https://www.motiveinfluence.com/blog/>.
- Thairath Money. (2567). TikTok Shop สร้างเศรษฐกิจ ผู้ขายไทยครองแพลตฟอร์ม 2.4 ล้านคน ดันครึ่งปีแรก มูลค่าโต 500%. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/money/tech_innovation/tech_companies/2809461.
- Yang, Y. (2018). *The impact of customer purchasing motivation on customer purchasing intention: TikTok short video as an example* (Master's Thesis of Business Administration). Rangsit University, Bangkok.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปป์ (café hopping)
ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร
Factors Affecting the Selection of Cafe Hopping Services (café hopping)
Among Thai tourists in the Gen Y Groups in Khlong San District, Bangkok

จूरินทร์ นองหงั่ว^{1*} ปรียา พรหมแดน² ชลธิชา ทองพู²

Jureerat Nongwa^{1*} Preeya Promdan² Chonthicha Thongphoo²

Corresponding Author's Email: jureerat@vru.ac.th

(Received: January 12, 2024; Revised: May 14, 2025; Accepted: May 21, 2025)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปป์ (café hopping) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปป์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ F-test หรือ One-way ANOVA ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า เป็นพนักงานภาครัฐและเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท และมีที่พักอาศัยปัจจุบันอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบคาเฟ่ฮอปป์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกร้านคาเฟ่แบบคาเฟ่ฮอปป์ คือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่แบบคาเฟ่ฮอปป์ ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัย การเลือกใช้บริการ ร้านคาเฟ่แบบคาเฟ่ฮอปป์ นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y

Abstract

This quantitative research aims to: 1) to study factors affecting the selection of café hopping services among Thai tourists in the Gen Y group in Khlong San District, Bangkok; and 2) to compare factors affecting the selection of café hopping services among Thai tourists in the Gen Y group in Khlong San District, Bangkok. The sample consisted of 400 Thai Gen Y tourists, and the data was collected using a questionnaire. Descriptive statistics, including percentage, mean, and standard deviation, as well as F-test (One-way ANOVA), were used for data analysis. The results indicated that the majority of respondents were female, single, with a bachelor's degree or equivalent, worked in the government or private sector, had a monthly income of 15,000–25,000 baht, and resided in Bangkok. Overall, the factors influencing the selection of café hopping services were rated at a high level. The most influential factor was personnel, followed by the physical environment and service processes. Hypothesis testing revealed that there were significant statistical differences in opinions about selection of café hopping services among Thai Gen Y tourists in Khlong San, Bangkok, based on their personal factors, with a significance level of .05.

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยคลองกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

² นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยคลองกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

¹ Lecturer, Arts Program in Tourism Management, Faculty of Management Sciences Valaya Alongkorn Rajabhat University

² Bachelor's Students, Arts Program in Tourism Management, Faculty of Management Science Valaya Alongkorn Rajabhat University

Keywords: factors, service selection, café hopping, Thai tourists Gen Y groups

ความเป็นมาของปัญหา

ในประชากรทั่วโลกที่มีกว่า 7 พันล้านคน นักท่องเที่ยวกลุ่ม Generation Y หรือ Gen Y เป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนมากที่สุดในโลก โดยมีประชากรมากถึง 1,800 ล้านคนจากทั่วโลก ซึ่งคิดเป็น 23% ของประชากรทั้งหมดและทวีปเอเชียเป็น 1 ใน 4 ทวีป ที่มีประชากร กลุ่ม Millennials มาเป็นอันดับต้นของโลก ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 1980-2003 ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี นับเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งที่นักการตลาดให้ความสำคัญและกำลังจะกลายมาเป็นกลุ่มหลักในการผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งลักษณะความชื่นชอบในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y นั้น Social Media ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และใช้ Social Media ในการแชร์รูปภาพ วิดีโอ หรือใช้เล่าเรื่องราวในการออกเดินทางแต่ละครั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y ยังใช้ สื่อออนไลน์ต่างๆ ในการวางแผนการท่องเที่ยวติดตามรีวิวสถานที่ที่ตัวเองสนใจ หรือการค้นหาลocations ที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (DIGITORY, 2023) ซึ่งเทรนด์การท่องเที่ยวแบบ “คาเฟ่ฮอปป์ (café hopping)” เป็นอีกหนึ่งเทรนด์การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่สามารถตอบโจทย์ต่อลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว กลุ่ม Gen Y โดยการท่องเที่ยวแบบคาเฟ่ฮอปป์ (café hopping) เป็นการผสมผสานระหว่างคำว่า “Café (ร้านกาแฟ)” กับ “Hopping (การกระโดด)” ซึ่งเป็นคำศัพท์ ที่ใช้บัญญัติกิจกรรมของคนรุ่นใหม่ โดยมีความหมายว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และเลือกร้านกาแฟสำหรับการซื้อเครื่องดื่ม ทานอาหาร หรือถ่ายรูปมาเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผน การท่องเที่ยว ในครั้งนั้นๆ หรือคนที่ชอบเดินทางไปร้านคาเฟ่เป็นประจำ โดยจะมีการเดินทางไปร้านคาเฟ่หลายๆ ร้านภายในวันเดียว และไม่จำเป็นต้องเป็นคนที่ยื่นชอบดื่มกาแฟเป็นหลัก (นพรัตน์ จิตพงศ์สถาพร, 2565) ซึ่งจะเรียกกลุ่มคนประเภทนี้ว่า “คาเฟ่ ฮอปเปอร์” เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เป็นแบบ ขาจร จะมาใช้บริการเพียง 1-2 ครั้ง จากนั้น จะเดินทางไปร้านอื่นที่กำลังอยู่ในกระแสนิยม หรืออยู่ในเทรนด์ปัจจุบัน ทำให้คาเฟ่ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของคนไทย (ธนวัฒน์ เพชรพันธ์, 2564) โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เขตคลองสาน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวแบบคาเฟ่ฮอปป์ เนื่องจากมีธุรกิจร้านคาเฟ่ที่กำลังเป็นที่นิยมหลายแห่ง

โดยเขตคลองสาน เป็น 1 ใน 50 เขตการปกครอง ของกรุงเทพมหานคร อยู่ในกลุ่มเขตกรุงเทพมหานคร หรือ ‘ฝั่งธน’ ถือเป็นเขตอนุรักษ์เมืองเก่า และเป็นต้นแบบของการเป็นย่านที่อยู่อาศัยเป็นแบบดั้งเดิมอันอุดมสมบูรณ์มาอย่างยาวนาน และมีการพัฒนาโครงการต่างๆ ในเขตคลองสานจนเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ แบบก้าวกระโดด (สำนักงานเขตคลองสาน, 2566) มีการผลักดันพื้นที่ให้เป็นพื้นที่เชิงพาณิชย์กรรมมากขึ้น เนื่องจากมีศูนย์การค้าสำคัญอย่าง ICONSIAM และเส้นทางการคมนาคมรถไฟฟ้าหลายสาย เช่น รถไฟฟ้าสายสีทอง เป็นต้น (เกริก บุญยโยธิน, 2563) จึงทำให้เขตคลองสานสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและคนต่างชาติ หรือคนกลุ่ม Generation Y เพราะมีร้านคาเฟ่ที่กำลังเป็นที่นิยมใน Social Media ซึ่งมีมากกว่า 10 ร้าน เป็นการอัปเดตความนิยมล่าสุดในปี 2022 และยังมีร้านคาเฟ่เปิดใหม่อยู่ตลอดเวลา โดยแต่ละร้านจะมีการตกแต่งร้านคาเฟ่ที่มีความแตกต่างกันหรือมีร้านคาเฟ่ชื่อดังจากต่างประเทศเข้ามาเปิดร้านใหม่ ซึ่งแต่ละร้านจะมีการตกแต่งร้านให้มีจุดถ่ายรูปที่หลากหลาย เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชอบการถ่ายรูป จึงเหมาะกับการท่องเที่ยวแบบ “คาเฟ่ฮอปป์” ที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปร้านคาเฟ่หลายร้านภายในวันเดียว (MEEKAO, 2022)

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ แบบ คาเฟ่ฮอปป์ (café hopping) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการ และเพื่อให้ธุรกิจคาเฟ่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการท่องเที่ยวให้มั่นคงยั่งยืนต่อไป เช่น การส่งเสริมธุรกิจคาเฟ่ให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การออกแบบให้ร้านเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของคลองสานด้วยการใช้แนวคิด Cultural Café ที่สะท้อนประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมของพื้นที่ และการส่งเสริมให้คาเฟ่ในคลองสานใช้วัตถุดิบจากชุมชน หรือร่วมมือกับคนในพื้นที่ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับคาเฟ่แต่ละแห่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร

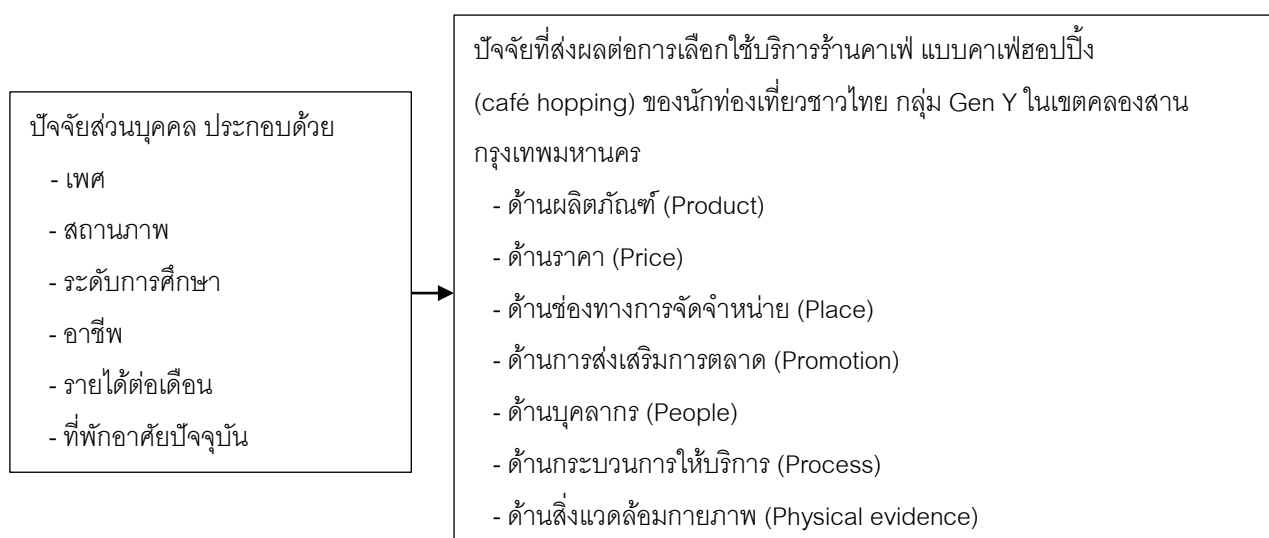
สมมติฐานในการวิจัย

นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเลือกใช้บริการ ร้านกาแฟแบบคาเฟ่ฮอปปี้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร และเนื่องจากประชากรมีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวน ที่แน่นอน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ .05 และได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และทำการสุ่มขนาดตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งจะเป็นการสุ่มจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y ที่มีอายุระหว่าง 20 - 43 ปี ที่เลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่พักอาศัยปัจจุบัน เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check

list) 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ความหลากหลาย รสชาติ บรรจุภัณฑ์ ความสะอาด ความสร้างสรรค์ของอาหารและเครื่องดื่ม ด้านราคา (Price) หมายถึง ราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพ ปริมาณ และบรรยากาศของร้าน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ท่าเลที่ตั้งที่เดินทางสะดวก เข้าถึงง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น สะสมแต้ม การโฆษณาผ่านสื่อ Facebook, Instagram, TikTok ด้านบุคลากร (People) หมายถึง พนักงานมีความเป็นมืออาชีพ บริการสุภาพ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อน และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical evidence) หมายถึง การตกแต่งร้านที่สวยงาม บรรยากาศดี มีสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) และ 3) ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ที่ให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลแบบอิสระ โดยการเขียน แบบพรรณนา

4. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย 1) การทดสอบความเที่ยงตรง เจริญเนื้อหา โดยพิจารณาจากสอดคล้องของเนื้อหากับจุดประสงค์ที่กำหนด (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน มีค่าเท่ากับ 0.90 โดยผู้วิจัยเลือกใช้ข้อคำถามที่มีค่าคะแนนตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป และนำข้อบกพร่องต่างๆ มาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล (สมบัติ ท้ายเรือคำ, 2551) และ 2) การทดสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน และได้ ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 จากนั้นนำไปเก็บข้อมูลกับ กลุ่มตัวอย่าง

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ข้อมูลแบบทฤษฎีภูมิ ซึ่งได้จากการศึกษาเอกสาร ตำรา สิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้ง และ 2) ข้อมูลแบบปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้วิธีการเก็บออนไลน์ (Online) จำนวน 200 ชุด โดยใช้ Google forms และ แจกแบบสอบถามผ่าน Social media เช่น Facebook, LINE เพื่อความสะดวกกับกลุ่มตัวอย่าง และเก็บข้อมูลในพื้นที่ (Offline) จำนวน 200 ชุด โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่กำลังใช้บริการร้านกาแฟ ในเขตคลองสาน โดยกระจายเก็บข้อมูลและเลือกร้านกาแฟยอดนิยมในคลองสาน เช่น คาเฟ่ที่ได้รับการรีวิวสูงบน Social media ทั้งนี้ในการเก็บข้อมูลแบบผสมนี้เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล และลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น รวมถึงปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างมีความสะดวกในการตอบแบบสอบถามทางออนไลน์มากขึ้น

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ส่วนที่เป็นข้อคำถามด้านปัจจัยส่วนบุคคล รูปแบบแบบตรวจสอบรายการ (Check list) โดยหาค่าความถี่ และสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ด้านการจัดการคนหรือพนักงาน (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical evidence) ในรูปแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างด้วย F-test หรือ One-way ANOVA และใช้มาตรวัดของ Likert (1961) คือ 4.21-5.00 มากที่สุด, 3.41-4.20 มาก, 2.61-3.40 ปานกลาง, 1.80 -2.60 น้อย, 1.00-1.80 น้อยที่สุดหรือไม่มีเลย

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ: หญิง	228	57.00
2. สถานภาพ: โสด	265	66.30
3. ระดับการศึกษา:ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	264	66.00
4. อาชีพ: พนักงานภาครัฐ และเอกชน	135	33.80
5. รายได้ต่อเดือน: 15,000 – 25,000 บาท	173	43.30
6. ที่พักอาศัยปัจจุบัน: เขตกรุงเทพมหานคร	247	61.80

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นพนักงานภาครัฐและเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท และมีที่พักอาศัยปัจจุบันอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 แสดงผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ผลรวมทั้ง 7 ด้าน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้ง (café hopping)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัย
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	0.58	มาก
2. ด้านราคา	4.09	0.60	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	0.62	มาก
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.01	0.67	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.22	0.58	มากที่สุด
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.16	0.55	มาก
7. ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ	4.19	0.60	มาก
รวม	4.14	0.49	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้ง (café hopping) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.58) รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.60) และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ผลวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานและค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้ง	ปัจจัยส่วนบุคคล					
	เพศ	ระดับการศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน	ที่พักอาศัยปัจจุบัน
	(p)	(p)	(p)	(p)	(p)	(p)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.37	0.08	0.02*	0.02*	0.40	0.00*
2. ด้านราคา	0.10	0.10	0.01*	0.00*	0.81	0.00*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.42	0.29	0.02*	0.15	0.85	0.00*
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.01*	0.01*	0.06	0.00*	0.13	0.00*
5. ด้านบุคลากร	0.46	0.00*	0.01*	0.03*	0.79	0.01*
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.34	0.24	0.02*	0.02*	0.93	0.02*
7. ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ	0.27	0.01*	0.10	0.38	0.44	0.03*

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ: p - value แทนค่า ความน่าจะเป็นที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟแบบคาเฟ่ฮอปปี้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร พบว่า

1. เพศต่างกัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y มีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านกาแฟแบบคาเฟ่ฮอปปี้งในเขตคลองสานกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมทางการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ เพศทางเลือกให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด มากกว่าเพศชายและเพศหญิง

2. ระดับการศึกษาต่างกัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y มีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากรและด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด มากกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนระดับการศึกษاپริญญาตรีหรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร มากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และในส่วนระดับการศึกษاپริญญาตรี หรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัย ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ มากกว่าระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี

3. สถานภาพต่างกัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y มีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ สถานภาพมีครอบครัว (ไม่มีลูก) ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มากกว่าสถานภาพโสด ส่วนสถานภาพ มีครอบครัว (ไม่มีลูก) ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ มากกว่าสถานภาพโสดและมีครอบครัว (มีลูก)

4. อาชีพต่างกัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y มีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ อาชีพพนักงานและค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ มากกว่าอาชีพพนักงานภาครัฐ และเอกชน และรับจ้าง/ฟรีแลนซ์ ส่วนอาชีพนักศึกษา พนักงานภาครัฐ และเอกชน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และรับจ้าง/ฟรีแลนซ์ ให้ความสำคัญ

กับปัจจัยด้านราคา มากกว่าอาชีพอื่นๆ ส่วนอาชีพนักศึกษาและค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร มากกว่าอาชีพพนักงานภาครัฐ และเอกชน และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มากกว่าอาชีพอื่นๆ

5. รายได้ต่อเดือนต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y มีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ในทุกด้านไม่ต่างกัน

6. ที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y มีผลต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ในทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ที่พักอาศัยปัจจุบัน ในเขตปริมณฑลและจังหวัดอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ มากกว่าเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเลือกใช้บริการเพราะอาหาร ขนม และเครื่องดื่ม มีความสะอาด ถูกหลักอนามัย อาหาร ขนม และเครื่องดื่ม มีรายการ ให้เลือกหลากหลาย และ อาหาร ขนม และเครื่องดื่ม มีรสชาติดี กล่าวคือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เมื่อเลือกใช้บริการร้านกาแฟ ย่อมนึกถึงเรื่องของอาหาร ขนม และเครื่องดื่มที่อยู่ภายในร้าน โดยให้เรื่องของความสะอาด ถูกหลักอนามัยเป็นสำคัญ รองลงมาคือมีเมนูให้เลือกหลากหลาย และมีรสชาติที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศพร ลีลอย (2564) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่กลางทุ่งนา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเมนูอาหาร ขนม เครื่องดื่ม ให้หลากหลายมากขึ้น ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีความสะอาด ประสานอาหารถูกหลักอนามัย และให้ความสำคัญกับความอร่อยและสร้างสรรค์

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเลือกใช้บริการ เพราะมีระบบการชำระเงินที่หลากหลายช่องทาง เช่น Online/Credit/Debit ราคาของสินค้ามีความหลากหลาย และราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับบรรยากาศของร้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรญา ตรังคิณานถ และ คณะ (2565) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค พบว่า ราคาอาหาร/เครื่องดื่ม และระบบการชำระเงินที่หลากหลายเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตกรุงเทพมหานครและเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการร้านกาแฟซ้ำอีกครั้ง ผู้ประกอบการร้านกาแฟควรมีการกำหนดราคาสินค้าของร้านกาแฟให้เลือกหลายราคาเพื่อตอบโจทยลูกค้าที่มีความต้องการแตกต่างกัน และราคาของสินค้าที่ลูกค้าจะต้องจ่ายมีความเหมาะสมกับบรรยากาศและองค์ประกอบต่างๆ ของร้าน รวมถึงมีระบบการชำระเงินที่หลากหลายที่อำนวยความสะดวกต่อลูกค้าโดยใช้การสแกนผ่านโทรศัพท์ซึ่งเป็นที่ยอมรับมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องตามยุคสมัยและเพื่อตอบโจทยในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปิ้ง ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยว มีการเลือกใช้บริการเพราะมีสถานที่ตั้ง สะดวกต่อการเดินทาง สถานที่ตั้ง มีความโดดเด่น อยู่ในแหล่ง ที่มีความเจริญและทันสมัย และสถานที่ตั้ง สามารถเดินทางได้หลากหลายเส้นทาง กล่าวคือ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต้องการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในแหล่งที่มีความเจริญเข้าถึงแล้ว เดินทางง่าย ไม่ยุ่งยาก ไปได้หลากหลายเส้นทาง และร้านกาแฟนั้นๆ จะต้องมีความโดดเด่น มองเห็น ได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มุกดาวรรณ โกมุทพงศธร (2563) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟควรมีการอำนวยความสะดวกเรื่องสถานที่ เช่น มีป้ายบอกร้านที่ชัดเจน เดินทางสะดวก และเมื่อมีลูกค้า

จำนวนมาก ทางร้าน ควรเพิ่มสถานที่จอดรถให้เพียงพอกับจำนวนรถของลูกค้า เพื่อความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการกับทางร้าน เป็นต้น

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยว มีการเลือกใช้บริการเพราะมีการสร้างการรับรู้ ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook / Youtube / Tiktok / Instagram/Twitter มีการจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษ เช่น ช่วงเทศกาลต่างๆ เป็นต้น และมีโปรแกรมส่งเสริมการขาย เช่น บัตรสมาชิก คุปองสะสมแต้ม ส่วนลด เป็นต้น กล่าวคือ ปัจจุบันมีการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์เป็นจำนวนมาก รวมไปถึงเรื่องร้านกาแฟ ซึ่งเป็นที่นิยมในการท่องเที่ยวแบบคาเฟ่ฮอปปี้ง รวมถึงการจัดกิจกรรมหรือมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจในช่วงเทศกาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทกานต์ กัสปะ และ คณะ (2566) เรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในเขตพื้นที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการแสวงหาข้อมูล โดยสอบถามจากเพื่อนหรือคนรู้จักที่เคยมาคาเฟ่ดูรีวิวจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Instagram หรือจากเว็บไซต์แนะนำร้านกาแฟ ผู้ประกอบการควรมีการปรับรูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้เข้ากับกระแสที่กำลังเป็นที่นิยม ณ ช่วงเวลานั้น และควรมีการจัดโปรโมชั่นให้เข้ากับเทศกาลในแต่ละเดือนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ ร้านกาแฟมากขึ้น

5. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้ง ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเลือกใช้บริการ เพราะพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส พนักงาน มีการให้บริการ ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และพนักงาน มีความรู้และความสามารถในการให้บริการ กล่าวคือ ความประทับใจของนักท่องเที่ยว นอกจากรายการอาหาร ขนม และเครื่องดื่ม หรือความสวยงามของร้านแล้ว พนักงานที่ให้บริการก็เป็นส่วนสำคัญในการเลือกใช้บริการเช่นกัน ซึ่งต้องมีใจรักบริการและมีความเป็นมืออาชีพ ในงานที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราพร แสงเล่า, ชัชชญา ยอดสุวรรณ และ ปิยธิดา เพียรอุประสิทธิ์ (2566) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า มีการจัดอบรมพนักงาน อย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะได้พัฒนาความสามารถ ทักษะ และศักยภาพในการให้บริการของพนักงานให้มีมาตรฐานและมีคุณภาพ พร้อมทั้งจะให้บริการแก่ผู้บริโภค

6. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเลือกใช้บริการเพราะกระบวนการสั่งซื้อ มีความสะดวก ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการส่งมอบสินค้าและบริการที่ถูกต้อง และขั้นตอนการบริการมีความชัดเจน และต่อเนื่องเป็นไปตามที่กำหนด กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีความสนใจสินค้าภายในร้านแล้ว ต้องการจะสั่งซื้อ ก็อยากให้มีกระบวนการที่ง่ายดาย รวดเร็ว และถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทอฝัน ยางสูง (2564) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มกาแฟ ร้านคาเฟ่เมซอน สาขาศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ พบว่า ด้านกระบวนการ มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ และ นักการตลาด ควรเน้นเรื่องกระบวนการขั้นตอน ในการสั่งซื้อที่ไม่ซับซ้อน สะดวก รวดเร็ว ส่งมอบสินค้าที่รวดเร็วถูกต้อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ของผู้บริโภคให้มากที่สุด

7. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้ง ของนักท่องเที่ยว ชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยว มีการเลือกใช้บริการเพราะมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม ให้บรรยากาศที่ดี มีความสะอาดทั้งภายในและภายนอกของร้าน เช่น อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ เป็นต้น และมีความเหมาะสมของการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ในการให้บริการ เช่น มี WiFi ฟรีให้บริการ, มีที่นั่งสะดวกสบาย เป็นต้น กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะต้อง มีการประเมินว่าร้านกาแฟในแต่ละร้าน ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบ โดยการเข้าไป ใช้บริการด้วยตัวเอง ข้อมูลประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ หรือหาข้อมูลจากรีวิวของลูกค้าที่เคยเข้ามาใช้บริการ ว่าตกแต่งร้านอย่างไร สวยงาม สะอาดสะอ้าน น่าสนใจ มากน้อยแค่ไหน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ ธนาภรณ์ ทิมคล้าย (2564) เรื่อง กระบวนการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟ ของประชากรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ควรให้ความสำคัญกับ การออกแบบและตกแต่งร้านหรือบรรยากาศของร้าน เช่น มีการจัดสรรที่นั่ง รับรองลูกค้าทั้งด้านในและด้านนอก ของร้านอย่างเพียงพอ มีการตกแต่งร้านอย่างมีเอกลักษณ์ มีความโดดเด่นแตกต่างจากร้านอื่น เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟแบบคาเฟ่ฮอปปี้ง ของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟแบบคาเฟ่ฮอปปี้งของ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับ “บุคลากร” มากที่สุด รองลงมาคือ “สิ่งแวดล้อมกายภาพ” และ “กระบวนการให้บริการ” ตามลำดับ นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และที่พักอาศัย มีผลต่อการเลือกใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นรายได้ที่ไม่มีผลแตกต่างกัน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการควรเน้นการพัฒนาทักษะบุคลากร การออกแบบร้านที่ดึงดูดใจ และ กระบวนการบริการที่สะดวก รวดเร็ว เพื่อตอบใจทุกกลุ่มเป้าหมาย Gen Y ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1.1 จากผลการวิจัยจากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรนำข้อมูลเชิงลึกจากความต้องการของกลุ่ม Gen Y ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการบริการ ดังนี้

1) ด้านบุคลากร (People) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะการบริการที่ดี รู้จักวิธีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างสุภาพ และสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y ที่มักให้ความสำคัญกับการบริการที่มีคุณภาพ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการ

2) ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical evidence) ผู้ประกอบการควรพัฒนาและออกแบบร้านให้มีบรรยากาศที่น่าดึงดูดและสะดวกสบาย เช่น การตกแต่งร้านที่เหมาะสมกับกลุ่ม Gen Y ที่ชื่นชอบความทันสมัยและอินเทรนด์ รวมถึงการดูแลความสะอาดและบรรยากาศในร้านอย่างสม่ำเสมอ หรือมีการจัดตกแต่งร้านให้เข้ากับเทศกาลต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจ และอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

3) ด้านกระบวนการ (Process) ผู้ประกอบการควรมีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการให้บริการให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดการคำสั่งซื้อ การจัดการคิว การชำระเงิน หรือการนำเสนอเมนู ควรทำให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายและไม่ต้องรอนาน และควรมีการปรับกระบวนการให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าที่มีเวลาจำกัด

1.2 จากผลเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้งของนักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่ม Gen Y ในเขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน มี ปัจจัยที่ส่งผลต่อ การเลือกใช้บริการร้านกาแฟ แบบคาเฟ่ฮอปปี้ง โดยภาพรวมแตกต่างกัน ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่าง ในพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟของกลุ่ม Gen Y ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ผู้ประกอบการควรนำข้อมูลเชิงลึกจาก พฤติกรรมของกลุ่ม Gen Y ไปใช้ในการวางแผนการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ และ วางแผนกลยุทธ์การตลาดและการบริการเพื่อให้สามารถออกแบบบริการและโปรโมชั่นที่ตอบใจทุกลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างตรงจุด ผู้ประกอบการจึงควรมีความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนบริการและกลยุทธ์การตลาดตามการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า เช่น การปรับ เมนูให้สอดคล้องกับกระแสการบริโภคของกลุ่ม Gen Y หรือการพัฒนาเทคโนโลยีในการสั่งซื้อและบริการที่เหมาะสมกับวิถีชีวิต

ของคนกลุ่มนี้ รวบรวมข้อมูลเหล่านี้มาวางแผนและดำเนินการจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดและบริการที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย Gen Y ได้อย่างตรงจุด เพิ่มโอกาสในการดึงดูดและรักษาลูกค้ากลุ่มนี้ให้มีความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 หน่วยงานภาครัฐและองค์กรด้านการท่องเที่ยว ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวแบบคาเฟ่ฮอปป์และควรสนับสนุนให้ร้านค้าคาเฟ่ในพื้นที่เดียวกันร่วมมือกันสร้างเส้นทางคาเฟ่ฮอปป์ที่มีเอกลักษณ์และเป็นระบบ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น

2.2 หน่วยงานภาครัฐและองค์กรด้านการท่องเที่ยว เช่น กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการจัดอบรมและให้คำปรึกษาด้านการตลาดออนไลน์และการบริหารจัดการร้านเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการร้านค้ากาแฟสามารถปรับตัวและพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ในการทำตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาข้อมูลตลาดร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานสามารถติดตามแนวโน้มและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำและทันสมัย ช่วยให้วางแผนกลยุทธ์การตลาดและการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่น เช่น การเก็บแบบสอบถามหรือการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาใช้บริการร้านคาเฟ่ ในรูปแบบอื่นๆ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน จึงทำให้ มีการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่สามารถนำมาใช้ในการทำแบบสอบถามเพิ่มเติมในงานวิจัยได้

2. ควรมีการทำวิจัยที่เกี่ยวกับแนวกลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวร้านคาเฟ่ในรูปแบบใหม่ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจประเภทร้านคาเฟ่กำลังมีการเติบโตและการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น จนทำให้มีการเพิ่มขึ้นของเทรนด์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ซึ่งทำให้มีร้านคาเฟ่ ที่เปิดใหม่และที่ปิดตัวลงไปหลายร้าน จึงต้องมีการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวและกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบธุรกิจร้านคาเฟ่ให้มีความมั่นคง และดึงดูดนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เกริก บุญยโยธิน. (2563). PropStat Exclusive: บทวิเคราะห์ศักยภาพทำเลเจริญนคร – ท่าดินแดง. สืบค้นจาก <https://propholic.com/prop-stat/chareonnakhonciela/>
- จันทกานต์ กัสปะ, นุชนาด ศรีรักษา, สุนิสา นาที และ ปาริศา เลิศวิริยะประสิทธิ์. (2566). พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่ในเขตพื้นที่สุขุมวิท กรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(1), 38.
- จิรญา ตรังคินาถ, นฤมล ลาภธนศิริไพบูลย์, ยลชนก ขวดพุทรา และ ปาณิสรา วิฑูรย์. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคาเฟ่และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค. *วารสารนวัตกรรมธุรกิจการจัดการและสังคมศาสตร์*, 3(1), 43.
- ทอฝัน ยางสูง. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มกาแฟร้านคาเฟ่ อเมซอน สาขาศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ทศพร ลีลอย. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคาเฟ่ กลางทุ่งนา (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.

- ธนาภรณ์ ทิมคล้าย. (2564). กระบวนการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟของประชากรในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ธนวัฒน์ เพชรพันธ์. (2564). CAFE HOPPINGกับการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/photo/?fbid=1339609976410049&set=a.488377858199936>.
- นพรัตน์ จิตพงศ์สถาพร. (2565). Café Hopping งานอดิเรกยอดฮิตติดเทรนด์ที่ทำให้คาเฟ่เป็นได้มากกว่าร้านขายกาแฟ. สืบค้นจาก https://www.creativethailand.org/view/article-read?article_id=33657.
- มุกดาวรรณ โกมุกพงศธร. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟในจังหวัดอุบลราชธานี (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- วราพร แสงเล่า, ชัชชญา ยอดสุวรรณ และ ปิยธิดา เพียรลุประสิทธิ์. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านกาแฟของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. บทความนำเสนอ ณ การประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 22 “ชีวิตวิถีใหม่ของการศึกษาในสังคมดิจิทัล”, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2551). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กฟลินธุ์: ประสานการพิมพ์.
- สำนักงานเขตคลองสาน. (2566). ข้อมูลพื้นฐานจังหวัด. สืบค้นจาก <https://webportal.bangkok.go.th/khlongsarn>
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons
- DIGITORY. (2023). GEN Y คืออะไร เจาะอินไซด์ทำงาน กับ GEN Y ยังไงให้แฮปปี้. สืบค้นจาก <https://digitorystyle.com/gen-y-working-style/>
- Likert, R. (1961). *New Patterns of Management*. New York: McGraw-Hill Book Company Inc.
- MEEKAO. (2022). 18 คาเฟ่ ร้านกาแฟ ย่านเจริญนคร คลองสาน หยุดงานแล้วตามไปชิล. สืบค้นจาก <https://food.trueid.net/detail/drz8aN54YnbA>.

การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอนongสือ จังหวัดปทุมธานี

The Development of Agro-Tourism Networking in Nongsuea District, Pathum Thani Province

ชนกนันท์ ปินตบแต่ง¹Chanoknun Pintobtang¹

Corresponding Author's Email: ch.pintobtang@gmail.com

(Received: May 20, 2023; Revised: May 15, 2025; Accepted: May 21, 2025)

บทคัดย่อ

จากสถานการณ์โควิด-19 การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหลัก เนื่องจากการเลี่ยงพื้นที่หนาแน่น ได้เรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งในจังหวัดปทุมธานีค่อนข้างเป็นที่นิยม เนื่องจากสามารถเดินทางได้สะดวกจากกรุงเทพฯ โดยเฉพาะอำเภอนongสือที่มีพื้นที่เกษตรกรรมมากที่สุด และจากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า มีแหล่งเกษตรกรรมที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งเกษตรกรรมในอำเภอนongสือที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และเชื่อมโยงเครือข่ายเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีวิธีในการศึกษา คือ 1) การสำรวจพื้นที่เกษตรกรรมทั้งหมดจำนวน 171 แห่ง 2) คัดกรองด้วยปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว (5A's) 3) ประเมินศักยภาพแหล่งเกษตรกรรมด้วยคู่มือการประเมินของสำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์ 4) แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 5) เชื่อมโยงเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลการศึกษาพบว่า มีแหล่งเกษตรกรรม 3 แห่ง ที่มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ สวนต้นน้ำ สวนเกษตรสุขสิดิต มาหาลัยชาวนา รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่ได้รับการแนะนำจากสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด ได้แก่ สวนเกษตรแก้วมังกร สวนพุทธรักษา สวนเทพประทานพร สวนเราเกษตรอินทรีย์ และผลจากแบบสอบถามการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวสนใจกิจกรรมการปลูกพืชผักสวนครัวมากที่สุด (ร้อยละ 43) รองลงมาคือ การทำสวนไม้ดอก ไม้ประดับ และการปลูกพืชไม้ผล โดยรูปแบบกิจกรรมที่สนใจมากที่สุด คือ การเข้าชมพื้นที่ (ร้อยละ 48) รองลงมาคือ การรับประทานอาหารที่ผลิตในพื้นที่ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เมื่อนำมาเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยว พบว่า สามารถแบ่งเป็น 4 โปรแกรมตามเวลาในการท่องเที่ยว คือ 1 วัน และ 2 วัน 1 คืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เครือข่ายการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การประเมินศักยภาพแหล่งเกษตรกรรม

Abstract

Due to the COVID-19 situation, agro-tourism has become a popular form of tourism as it allows people to avoid crowded areas and provide opportunities for environmental learning. In Pathum Thani Province, it is popular because of its convenient accessibility from Bangkok, especially in Nongsuea District, which has the highest agricultural land area. A preliminary study revealed that there are numerous agricultural sites with potential for agro-tourism development. The objective of this article is to study the potential of agricultural sites in Nongsuea District to be developed as agro-tourism destinations, analyze the behaviors of tourists, and establish a network of agricultural tourism routes. The research methodology includes: 1) conducting a survey of all 171 agricultural sites in the district; 2) screening based on the 5A's tourism factors; 3) assessing the potential of agricultural sites using evaluation guidelines from the Tourism Development Office and interviews; 4) surveying tourist behaviors related to agro-tourism among a sample of 400 tourists to select suitable tourist destinations; and 5) establishing agro-tourism networking. The study findings indicate that, there are three agricultural sites with high potential for agro-tourism: Ton

¹ อาจารย์ประจำสาขาเทคโนโลยีภูมิทัศน์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

¹ Lecturer, Landscape Technology, Faculty of Agricultural technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Nam Farm, Suksatit Farm, Mahalai Chao Na. Additionally, existing recommended tourist destinations by the Provincial Tourism Office include Kenny Dragon Fruit Farm, Funghajorn Organic Farm, Tepratahnporn Farm, and Suanrao Organic Farm. The survey on tourist behaviors revealed that the most popular activity of tourists is vegetable gardening (43%), followed by flower and decorative plant cultivation, and fruit tree planting. The most favored activity format is site visitation (48%), followed by consuming locally produced food and processing agricultural products. For establishing the tourism network, 4 program durations were identified: one-day trip and two-day trip.

Keywords: agro-tourism, tourism network, tourism behavior, assessment of agricultural site potential

ความเป็นมาของปัญหา

จากสถานการณ์ COVID-19 มีความเห็นของผู้เชี่ยวชาญหลายคนมองว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังจะขึ้นมาเป็นกระแสหลัก เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบนี้ตอบโจทย์ทั้งการหลีกเลี่ยงพื้นที่ชุมนุมหนาแน่นได้ ประสิทธิภาพถึงผลบุญ ได้เรียนรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ซึ่งสำหรับจังหวัดปทุมธานี กระแสการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ค่อนข้างเป็นที่นิยม เนื่องจากศักยภาพของพื้นที่ตั้งของจังหวัดสามารถเดินทางได้สะดวกจากกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่เกษตรกรรมหลายรูปแบบ และมีบรรยากาศใกล้ชิดธรรมชาติ เหมาะสำหรับการพาครอบครัวไปเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวกรุงที่ต้องการหนีมลพิษต่างๆ ไปอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ

ในจังหวัดปทุมธานี แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่อำเภอนองเสือ ซึ่งเป็นอำเภอที่มีพื้นที่เกษตรกรรมมากที่สุดในจังหวัด (สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี, 2563) โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ สวนเกษตรแก้วมังกร ซึ่งเป็นสวนแก้วมังกรที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย มีขนาดพื้นที่ 130 ไร่ สวนฝรั่งไร่เมธิตานันท์ เป็นสวนฝรั่งไร่เมธิตานันท์ขนาดใหญ่บนพื้นที่ 200 ไร่ สวนชวนชมหัตถ์ เป็นแหล่งรวบรวมชวนชมทุกสายพันธุ์ และเป็นแหล่งผลิตลูกผสมสายพันธุ์ใหม่ สวนเกษตรอินทรีย์บ้านพุทธรักษา เป็นแหล่งเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ และท่องเที่ยวเชิงเกษตรผสมผสาน วิสาหกิจสวนเราเกษตรอินทรีย์ ที่เป็นแหล่งเรียนรู้ปฏิบัติการเกษตรด้วยกลไกชุมชนและเทคโนโลยี เป็นต้น ทั้งนี้หากมีการผลักดันนโยบายด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการเชื่อมโยงเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ก็จะช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้เศรษฐกิจเติบโตไปพร้อมกับชุมชนและสิ่งแวดล้อม

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทางผู้วิจัยจึงเห็นสมควรว่า พื้นที่อำเภอนองเสือ จังหวัดปทุมธานี มีศักยภาพเพียงพอในการพัฒนาให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวเกษตร ผลักดันให้เกิดการพัฒนาแหล่งเกษตรกรรมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงประชาสัมพันธ์เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โดยมีคำถามในการวิจัยครั้งนี้คือ ควรมีการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อำเภอนองเสือ จังหวัดปทุมธานีอย่างไร ให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาพื้นที่ชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในด้านการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และคนในชุมชน เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแห่งใหม่และเส้นทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่อำเภอนองเสือมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และสร้างความยั่งยืนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งเกษตรกรรมในอำเภอนองเสือ จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอนองเสือ จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยว และสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เนื่องจากมีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกระบวนการแบบผสม (Mixed method) โดยใช้การวิจัยเอกสาร (Documentary research method) การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) แบบสอบถาม (Questionnaire method) และมีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสังเกต สัมภาษณ์ และศึกษาเอกสาร (Triangulation research method)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งเกษตรกรรมในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ได้มีการสำรวจพื้นที่เกษตรกรรมทั้งหมด 171 แห่ง จากทั้ง 7 ตำบลในอำเภอหนองเสือ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อหาพฤติกรรมการท่องเที่ยว จึงรวบรวมข้อมูลจากประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี ปี 2559-2561 จำนวนเฉลี่ย 1,896,549 คน และทำการหาค่ากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane (1967) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 400 คน โดยดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญตามสถานที่ท่องเที่ยวหลักในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี และพื้นที่ใกล้เคียง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาและสำรวจพื้นที่อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ลักษณะทางกายภาพที่เกี่ยวข้อง ลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม และทัศนียภาพในพื้นที่

ส่วนที่ 2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเดิม และแหล่งพื้นที่เกษตรกรรมอื่นๆ ที่มีศักยภาพสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ชื่อสถานที่ ที่ตั้ง และสภาพโดยรวมของพื้นที่ ลักษณะของภูมิลักษณะทางธรรมชาติที่โดดเด่น เจ้าของหรือผู้เกี่ยวข้อง ประวัติความเป็นมาของพื้นที่ ประเภทของการใช้สอยของพื้นที่ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ พืชพันธุ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ข้อมูลองค์ประกอบที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อวัตถุประสงค์ในการหาพฤติกรรมการท่องเที่ยว 400 คน และดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญตามสถานที่ท่องเที่ยวหลักในอำเภอหนองเสือ ทั้งนี้ในแบบสอบถาม ได้มีการประเมินความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้แต่ละข้อในแบบสอบถามได้รับการให้คะแนนในรูปแบบ +1 (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์), 0 (ไม่แน่ใจ), และ -1 (ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์) ตามหลักการของ Rovinelli and Hambleton (1977) จากนั้นคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) รายข้อด้วยสูตร $IOC = \text{ผลรวมคะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด} / 3$ ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่า IOC รายข้ออยู่ระหว่าง 0.80 – 1.00 และมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 0.86 ซึ่งสะท้อนถึงความตรงเชิงเนื้อหาในระดับสูง เนื่องจากเกณฑ์กำหนดการยอมรับว่า ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป ถือว่าผ่านเกณฑ์และมีความสอดคล้องเชิงเนื้อหาในระดับดีมาก

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลส่วนที่ 1 และ 2 เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ เพื่อประเมินศักยภาพความเป็นแหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่เกษตรกรรม ตามหลักองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (5A's) และคัดเลือกมาเพื่อประเมินศักยภาพของพื้นที่เกษตรกรรมที่เหมาะสมกับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีองค์ประกอบและการประเมินคะแนนตามสำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว (2563) ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (25 คะแนน) ศักยภาพการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (25 คะแนน) ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (25 คะแนน) และศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (25 คะแนน)

สำหรับข้อมูลส่วนที่ 3 เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยสรุปความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากนักท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำมาออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อไป

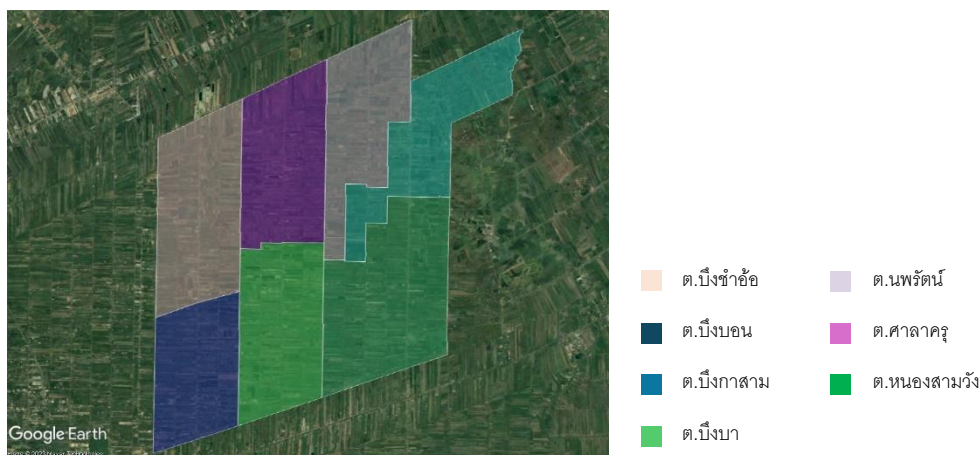
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การแปลความหมายของมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการรวมคะแนนที่ได้จากการประเมิน 4 องค์ประกอบ โดยผลรวมคะแนนผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับดีเยี่ยม จะมีคะแนนรวมตั้งแต่ 81 คะแนนขึ้นไป ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับดีมาก มีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 71 - 80 คะแนน ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับดีมีคะแนนรวมอยู่ระหว่าง 61 - 70 คะแนน และไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ จะมีคะแนนรวมต่ำกว่า 61 คะแนนลงมาจากนั้นจึงเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

ผลการวิจัย

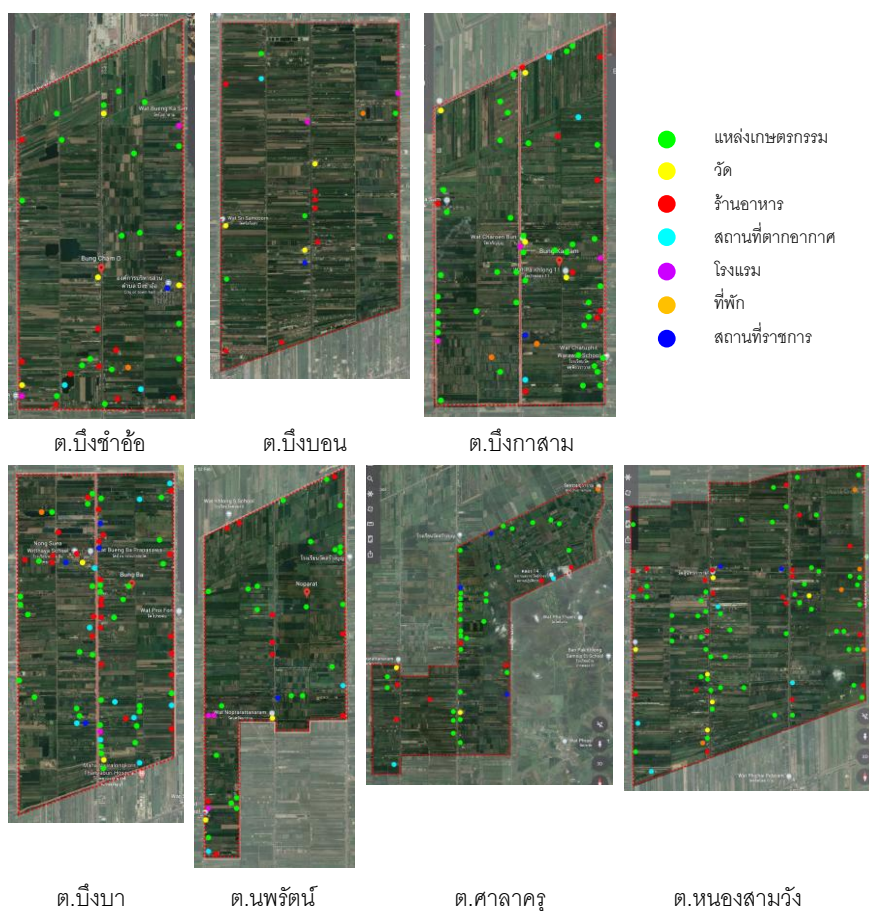
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาและสำรวจข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

อำเภอหนองเสือตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดปทุมธานี มีขนาดพื้นที่ทั้งหมด 413.632 ตารางกิโลเมตร มีจำนวนประชากรทั้งหมด 55,353 คน คิดเป็นความหนาแน่น 133.82 คน/ตารางกิโลเมตร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 ตำบล 69 หมู่บ้าน ได้แก่ ตำบลบึงบา 8 หมู่บ้าน ตำบลบึงบอน 9 หมู่บ้าน ตำบลบึงกาสาม 9 หมู่บ้าน บึงชำอ้อ 12 หมู่บ้านหนองสามวัง 13 หมู่บ้าน ศาลาครุ 10 หมู่บ้าน นพรัตน์ 8 หมู่บ้าน ลักษณะภูมิประเทศ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มเหมาะแก่การทำนา ทำสวน ทำไร่ มีระดับความสูงประมาณ 5 – 8 เมตร จากระดับน้ำทะเล มีคลองส่งน้ำและระบายน้ำเชื่อมติดต่อกันระหว่างคลองรังสิตประยูรศักดิ์กับคลองระพีพัฒน์ รวม 8 คลอง



ภาพที่ 1 การแบ่งเขตการปกครอง อำเภอหนองเสือ

จากการสำรวจในพื้นที่ 7 ตำบลของอำเภอหนองเสือ มีแหล่งเกษตรกรรมที่สามารถสำรวจและเดินทางเข้าถึงได้ประมาณ 160 แห่ง โดยส่วนมาก อยู่ที่ตำบลหนองสามวังและตำบลบึงกาสาม มีพื้นที่เกษตรกรรมรวมกันเกือบ 100 แห่ง แต่เนื่องจากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (นิออน ศรีสมยง, 2552) คือ การท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการเกษตรเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวหลัก สามารถดึงดูดความสนใจให้กับนักท่องเที่ยว ทางผู้วิจัยจึงเลือกเข้าประเมินพื้นที่เกษตรกรรมเฉพาะพื้นที่ที่มีกิจกรรมให้ผู้เยี่ยมชมเพียง 15 พื้นที่



ภาพที่ 2 การสำรวจแหล่งเกษตรกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกในอำเภอนongHong

ตารางที่ 1 ข้อมูลแหล่งเกษตรกรรมเดิม ตามหลักองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (5A's)

สถานที่	ความดึงดูด	การเข้าถึง	กิจกรรม	สิ่งอำนวยความสะดวก	ที่พัก
1. สวนอินทผลัม แม่มาลี	✓	✓	✓	✗	✗
2. สวนคุณเรียมออร์แกนิก	✗	✓	✓	✗	✗
3. สวนสุชนาบุรณ์	✓	✓	✓	✓	✗
4. บ้านสวนฟาร์มเห็ดคุณพิม	✓	✓	✓	✓	✗
5. พรชัย ฟาร์มปูนา	✓	✓	✓	✓	✗
6. สวนต้นน้ำ	✓	✓	✓	✓	✗
7. มาหาลัยชาวนา	✓	✓	✓	✓	✗
8. ศูนย์ข้าวชุมชนบึงสมบุรณ์	✓	✓	✓	✗	✗
9. บุญทวี ecofarm	✓	✓	✓	✓	✗
10. Miss Melon Farm	✓	✓	✓	✓	✗
11. สวนเกษตรสุขสถิต	✓	✓	✓	✓	✗
12. ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืดปทุมธานี	✓	✓	✓	✓	✗
13. ฟาร์มสร้างสุข โดย รพ.รามาริบัติ	✓	✓	✓	✓	✗
14. สวนลุงทด	✓	✓	✓	✗	✗
15. สวนบุญผักพืช รัชสิตรคลอง 13	✓	✓	✓	✓	✗

จากตารางที่ 1 พบว่า บางพื้นที่ไม่สะดวกในการให้ข้อมูล รวมถึงไม่ได้มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงขาดสิ่งอำนวยความสะดวก จึงมีพื้นที่เกษตรกรรมเพื่อใช้สำหรับประเมินศักยภาพของพื้นที่ที่เหมาะสมกับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยองค์ประกอบและการประเมินคะแนนสำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว ปี 2563 3 แห่ง ได้แก่ สวนต้นน้ำ มาหาลัยชาวนา และสวนเกษตรสุขสถิต

ตารางที่ 2 แสดงการประเมินศักยภาพความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

สถานที่	การบริหารจัดการ (25)	การรองรับ (25)	การให้บริการ (25)	การดึงดูดใจ (25)	รวม (100)
1. สวนต้นน้ำ	20.5	23	18.5	17.55	79.55
2. มาหาลัยชาวนา	20.5	15.5	13.5	17.55	67.05
3. สวนเกษตรสุขสถิต	19.5	23	18.5	17.55	78.55

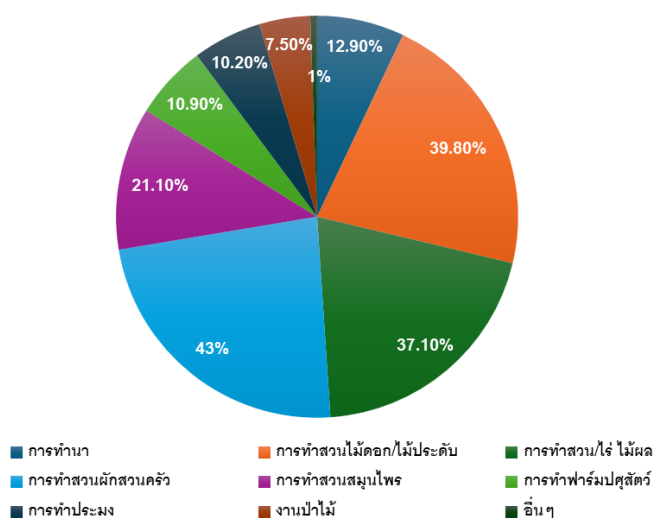
จากตารางที่ 2 พบว่า สวนต้นน้ำ และสวนเกษตรสุขสถิต มีคะแนนผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับดีมาก โดยได้คะแนน 79.55 และ 78.55 ตามลำดับ สำหรับมาหาลัยชาวนา มีคะแนนผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับดี ได้ 67.05 คะแนน ซึ่งทั้ง 3 แหล่ง สามารถพัฒนาเป็นท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยว และนำไปประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต่อไปได้

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

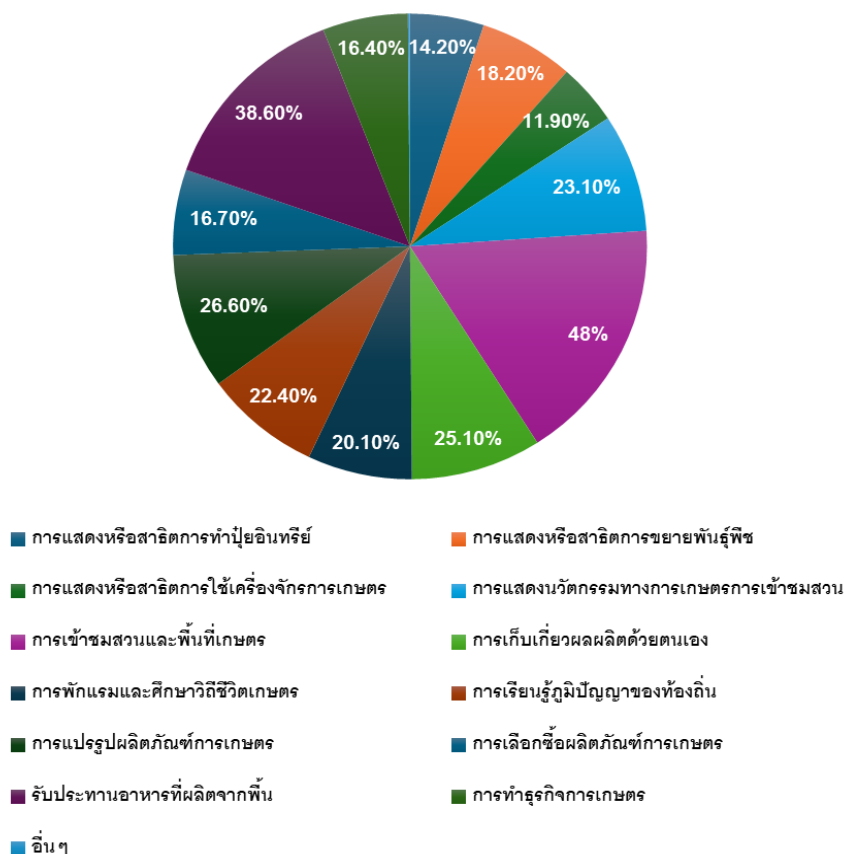
จากการทำแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปและแบบสอบถามความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อำเภอหนองเสือจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง 400 คน จากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและสถานที่สาธารณะต่างๆ ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี สามารถสรุปข้อมูลออกมาได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถาม สนใจการทำเกษตรในเรื่องของการทำพืชผักสวนครัวมากที่สุด ร้อยละ 43 รองลงมาคือ การทำสวนไม้ดอกไม้ประดับ ร้อยละ 39.8 และการทำพืชสวนพืชไร่ ร้อยละ 37.1 ในเรื่องของการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ร้อยละ 48 สนใจรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการเข้าชมพื้นที่ทางการเกษตร รองลงมาคือการรับประทานผลิตภัณฑ์ได้จากการเกษตรในพื้นที่ ร้อยละ 38.6 และการแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร ร้อยละ 26.6

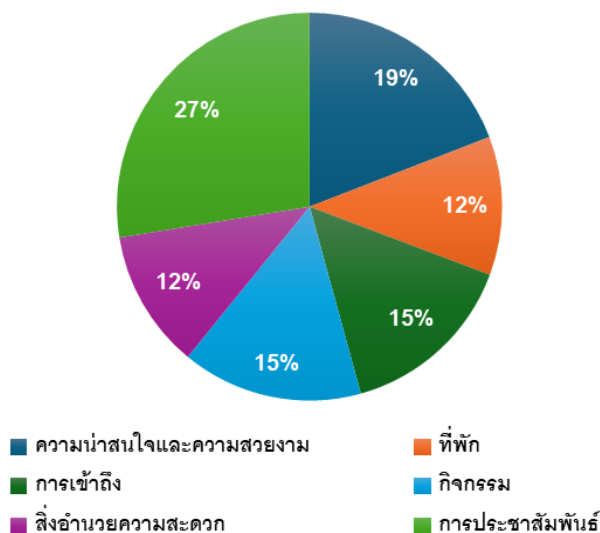
สำหรับปัจจัยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ควรพัฒนา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่า ควรพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมากถึงร้อยละ 27 รองลงมาคือ การพัฒนาความน่าสนใจและความสวยงามของพื้นที่ ร้อยละ 19 และพัฒนาการเข้าถึงพื้นที่รวมถึงกิจกรรม ร้อยละ 15



ภาพที่ 3 กิจกรรมการเกษตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ



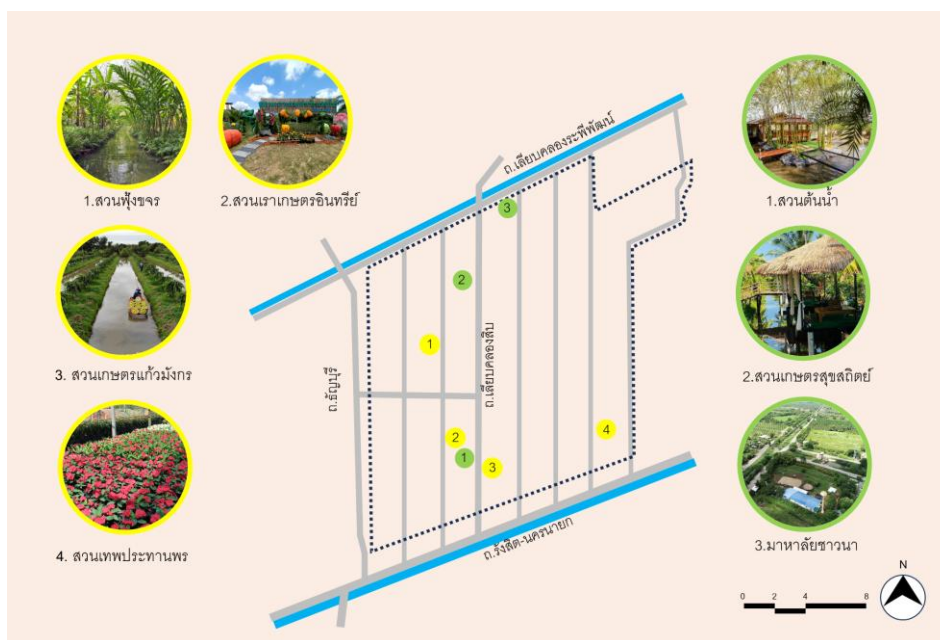
ภาพที่ 4 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจ



ภาพที่ 5 ปัจจัยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานีที่ควรพัฒนา

ส่วนที่ 3 การเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยว และสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

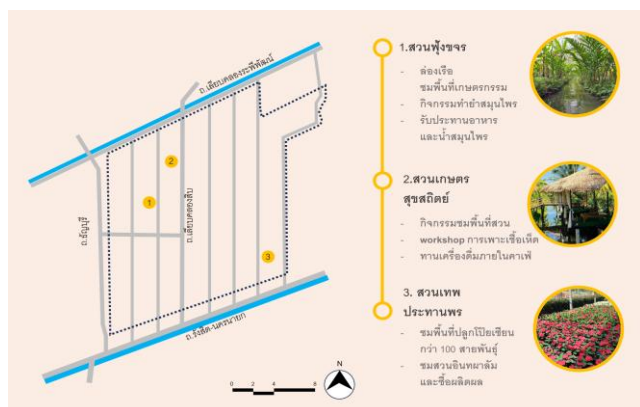
จากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเดิมที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปทุมธานี 4 แห่ง ได้แก่ สวนพุทธรักษา สวนเกษตรอินทรีย์ สวนเกษตรแก้วมังกร และสวนเทพประทานพร และ 3 แหล่งเกษตรกรรม ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากการประเมินโดยผู้วิจัย ได้แก่ สวนต้นน้ำ สวนเกษตรสุขสถิตย์ และมหาลัยชาวนา



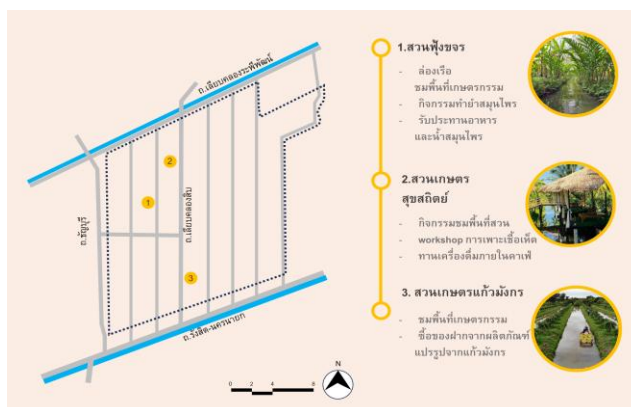
ภาพที่ 6 แผนที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอนongเลื้อ จังหวัดปทุมธานี

เมื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถาม ทำให้สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่อำเภอนongเลื้อ จังหวัดปทุมธานี โดยแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวแบบ 1 วัน โดยเริ่มที่เวลา 09.00 น. ไปถึง สวนฟุ้งขจร และทำกิจกรรมภายในพื้นที่ 3 ชั่วโมง ได้แก่ ล่องเรือ ชมพื้นที่เกษตรกรรม กิจกรรมทำยาสมุนไพร รับประทานอาหารกลางวันและน้ำสมุนไพร โดยในช่วงเวลาบ่าย ให้เลือกระหว่าง 2 แหล่งท่องเที่ยว ที่มีกิจกรรมต่างกัน 2 รูปแบบ ตามความสนใจ คือ สวนต้นน้ำ ซึ่งจะมีกิจกรรม คือ ชมพื้นที่สวน workshop ด้านการทำเกษตรอินทรีย์ และทานเครื่องดื่มภายในคาเฟ่ หรือเลือกทำกิจกรรมในสวนเกษตรสุขสถิตย์ ซึ่งกิจกรรมชมพื้นที่สวน workshop การเพาะเชื้อเห็ด และทานเครื่องดื่มภายในคาเฟ่ โดยมีน้ำสมุนไพรจากผลผลิต โดยปิดท้ายที่ช่วงเวลา 15.00 น. เลือกระหว่าง 2 แหล่งท่องเที่ยว ที่มีกิจกรรมต่างกัน 2 รูปแบบ ได้แก่ สวนเกษตรแก้วมังกร ซึ่งมีกิจกรรมชมพื้นที่เกษตรกรรม และซื้อของฝากจากผลิตภัณฑ์แปรรูปจากแก้วมังกร หรือสวนเทพประทานพร มีกิจกรรมชมพื้นที่ปลูกป๊อปปี้เขียนกว่า 100 สายพันธุ์ ชมสวนอินทผลัม และซื้อผลิตผลในฤดูกาลที่อินทผลัมออก



(ก)



(ข)



ภาพที่ 7 (ก) * (ง) แผนที่การท่องเที่ยวแบบ 1 วัน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน โดยวันแรก 09.00 น. เริ่มที่ สวนต้นน้ำ ซึ่งมีกิจกรรมชมพื้นที่สวน การทำ workshop ด้านการทำเกษตรอินทรีย์ รับประทานอาหารกลางวันและเครื่องดื่ม จากร้านอาหารภายในสวนต้นน้ำ หลังจากนั้นช่วงบ่าย เดินทางมาที่ สวนพืชมงคล ตำบลบึงกาสาม โดยทำกิจกรรมภายในพื้นที่ 5 ชั่วโมง ได้แก่ ส่องเรือชมพื้นที่เกษตรกรรม workshop ด้านการทำเกษตรอินทรีย์ กิจกรรมทำยาสมุนไพร รวมถึงรับประทานอาหารเย็น และเข้าพักผ่อนที่โฮมสเตย์ภายในพื้นที่สวน สำหรับวันที่ 2 ช่วงเช้าเข้าชม สวนเกษตรสุขสถิต ที่มีกิจกรรมชมพื้นที่สวน workshop การเพาะเชื้อเห็ด รับประทานอาหารกลางวันและทานเครื่องดื่มภายในคาเฟ่ โดยมีน้ำสมุนไพรจากผลผลิตในช่วงบ่าย เดินทางต่อไป สวนเกษตรก้าวหน้า เพื่อชมพื้นที่เกษตรกรรมและซื้อของฝากจากผลิตภัณฑ์แปรรูปจากแก้วมังกร และจบช่วงเวลา 15.00 น. ที่สวนเทพประทานพร โดยชมพื้นที่ปลูกป๊อปปี้เซียนกว่า 100 สายพันธุ์ รวมถึงชมสวนอินทผลัม และซื้อผลิตผลในฤดูกาลที่อินทผลัมออก



ภาพที่ 8 แสดงแผนที่การท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน

อภิปรายผล

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาและสำรวจข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี พบว่า มีพื้นที่เกษตรกรรมถึง 160 แห่ง แต่มีเพียง 15 แห่งเท่านั้น ที่มีกิจกรรมการเกษตรให้กับผู้เยี่ยมชมพื้นที่ เพื่อให้สอดคล้องกับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามที่ นิออน ศรีสมยง (2552) กล่าวว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการเกษตรเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวหลัก สามารถดึงดูดความสนใจให้กับนักท่องเที่ยว และจาก 15 พื้นที่นี้ เหลือพื้นที่เกษตรกรรมเพื่อใช้สำหรับประเมินศักยภาพของพื้นที่ที่เหมาะสมกับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3 แห่ง ได้แก่ สวนต้นน้ำ มาหาลัยชาวนา และสวนเกษตรสุขสถิต ทั้งนี้

เนื่องจาก ไม่มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ความไม่สะดวกในการให้ข้อมูล รวมถึงขาดสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลง สอดคล้องกับ Robert (1990) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญทางการท่องเที่ยว 4 ประการ ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการเมื่อไปถึงแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับการประเมินแหล่งเกษตรกรรม 3 แห่ง ได้แก่ สวนต้นน้ำ มาหาดลัยชาวนา และสวนเกษตรสุขสถิต ผลการประเมิน พบว่า คะแนนผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ทำให้สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้ได้คะแนนตามมาตรฐาน คือ การบริหารจัดการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับ วนัสรา จันทรมล (2563) ที่ได้ศึกษาเงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรีว่า การบริหารจัดการที่ดี เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินการสำหรับวิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มซึ่งการบริหารจัดการที่ดี คือ ต้องรู้จักวางแผน สามารถบริหารคนและงานให้มีความสอดคล้องกัน

ส่วนที่ 2 จากผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจการทำเกษตรในเรื่องของการทำพืชผักสวนครัว การทำสวนไม้ดอกไม้ประดับและการทำพืชสวนพืชไร่ และรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการเข้าชมพื้นที่ทางการเกษตรมาก การรับประทานผลิตภัณฑ์ได้จากการเกษตรในพื้นที่ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับ กาญจนา กาแก้ว (2558) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจกิจกรรมการเยี่ยมชมสวนผลไม้ และสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากการเกษตรมากที่สุด

สำหรับปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่ควรพัฒนา พบว่า ควรพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวรจรรย์ เสภาเกลียว, ศรีปริญา ฐประจาง และ เสาวภาคย์ กระจางยุทธ (2565) ที่ได้ศึกษา การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวปทุมธานี กล่าวว่า ภาคประชาชนยังเป็นเรื่องจำเป็นในการรักษาพัฒนา ดูแล ประชาสัมพันธ์สถานที่

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวอีกด้านที่ควรพัฒนา คือ ความน่าสนใจและความสวยงามของพื้นที่ เพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับ อนามัย ดำเนตร, ดนุพล แสงนาค และ อัญชิษฐา ภูอุดม (2564) ที่ได้วิจัยเรื่องนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ที่ต้องมีความสะอาดและสวยงาม การตกแต่งด้านภูมิสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ

ส่วนที่ 3 จากผลการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยว และสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี พบว่า เส้นทางท่องเที่ยว สามารถจัดได้ในรูปแบบ 1 วัน และ 2 วัน 1 คืน ซึ่งมีความสอดคล้องงานวิจัยของธัญญลักษณ์ ศิริวรรณางกูล (2554) ที่ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ จังหวัดสระบุรี กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ที่ 1-2 วันเท่านั้น

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี สามารถสรุปผลการวิจัยออกมาเป็น 3 ประเด็น เพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. สรุปศักยภาพของแหล่งเกษตรกรรมในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

จากการสำรวจ พบว่า ในพื้นที่ 7 ตำบลของอำเภอหนองเสือ เมื่อประเมินโดยใช้หลักองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (5A's) ประกอบกับสำรวจพื้นที่ และสัมภาษณ์ พบว่า มีแหล่งเกษตรกรรม 3 พื้นที่ ที่สามารถนำมาประเมินศักยภาพของพื้นที่ที่เหมาะสมกับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ สวนต้นน้ำ สวนเกษตรสุขสถิต และมาหาดลัยชาวนา และจากการประเมิน พบว่าทั้งสามแห่ง มีคะแนนผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ทำให้สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และเพื่อการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวต่อไป

2. สรุปพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

จากการสำรวจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม สนใจการทำเกษตรในเรื่องของการทำพืชผักสวนครัว การทำสวนไม้ดอกไม้ประดับ และการทำพืชสวนพืชไร่ และส่วนใหญ่สนใจรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการเข้าชมพื้นที่ทางการเกษตร การรับประทานผลผลิตที่ได้จากการเกษตรในพื้นที่ การแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร

3. สรุปการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยว และสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

จากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเดิมที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปทุมธานี 4 แห่ง ได้แก่ สวนพุทธรักษา วนอุทยานสวนเสือเกษตรอินทรีย์ สวนเกษตรแก้วมังกร และสวนเทพประทานพร และ 3 แหล่งเกษตรกรรม ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ สวนต้นน้ำ สวนเกษตรสุขสถิตย์ และมาหาลัยชาวนา นำมาออกแบบการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบ 1 วัน และรูปแบบการท่องเที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลงานวิจัยนี้เหมาะสมกับผู้ที่หาทางเลือกในการท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ใช้เวลาในการเดินทางไม่นานจากพื้นที่กรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียงจังหวัดปทุมธานี

2. ผลงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปทุมธานี ในการช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

3. ผู้ประกอบการ และเกษตรกรในพื้นที่หนองเสือ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาพื้นที่ของตนเองให้ตอบโจทย์กับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. โครงการวิจัยนี้เป็นโครงการวิจัยที่ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในพื้นที่อำเภอหนองเสือเท่านั้น สามารถพัฒนาต่อโดยเชื่อมโยงเครือข่ายกับอำเภอรอบข้าง หรือจังหวัดข้างเคียง เพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวที่ใหญ่ขึ้น

2. จากการสำรวจแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งพื้นที่เกษตรกรรมต่างๆ พบว่า ยังขาดการออกแบบ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ ดังนั้น ควรหาแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ตอบโจทย์การใช้งานกับทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

3. จากการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจ เรื่องความพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวการเกษตรของอำเภอหนองเสือให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น สามารถพัฒนาในเรื่องของปัจจัยและแนวทางในการนำเสนอการประชาสัมพันธ์พื้นที่ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (2563). *คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.

กาญจนา กาแก้ว. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.

ธัญญลักษณ์ ศิริวรรณกุล. (2554). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ จังหวัดสระบุรี* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.

นิออน ศรีสมยง. (2552). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา* (รายงานการศึกษาอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- วันสรา จันทร์กมล. (2563). *เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี. (2563). *พื้นที่เกษตรกรรมจังหวัดปทุมธานี*. สืบค้นจาก <https://www.opsmoac.go.th/pathumthani-dwl-files-421391791073>.
- เสาวรจรรย์ เสากุลยว, ศิริปริญา ฐูประจาง และ เสาวภาคย์ กระจางยุทธ. (2565). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มเสน่ห์วิถีชุมชนจังหวัดปทุมธานี. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 16(48), 263-282.
- อนามัย ดำเนตร, ดนุพล แสงนาค และ อัญชิษฐา ภูอุดม. (2564). รายงานการวิจัย เรื่อง *นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในบริบทของความปกติใหม่* หลังจากการแพร่ระบาดของ Covid-19 (รายงานการวิจัย). นครปฐม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Robert, C. M. (1990). *Tourism: the international business*. New Jersey: Prentice-Hall International.
- Rovinelli, R. J., and Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2(2), 49-60.
- Yamane, T. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.

ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

Strategic Innovation Capability Influencing on Sustainability of the Hotel and Resort Businesses that have been Certified with Tourism Accommodation Standards in Thailand

กานต์ธีรา นามวงศ์¹

Kantheera Namwong¹

Corresponding Author's Email: kantheera.nam@gmail.com

(Received: March 10, 2025; Revised: June 9, 2025; Accepted: June 13, 2025)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยอาศัยปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การส่งเสริมแนวคิดใหม่ การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก การยอมรับความเสี่ยง และการปรับตัวเชิงพลวัต เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจ โดยจะใช้การวิเคราะห์ถดถอยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS Regression) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและใช้ข้อมูลจากธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 249 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า 5 มิติ ของความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยและที่ส่งผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มากที่สุดคือ การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก รองลงมาคือ การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด การปรับตัวเชิงพลวัต การส่งเสริมแนวคิดใหม่ และการยอมรับความเสี่ยง ตามลำดับ

คำสำคัญ: ความสามารถด้านนวัตกรรม นวัตกรรมองค์กร ความยั่งยืนของธุรกิจ

Abstract

The purpose of this study was to examine strategic innovation capability influencing on sustainability of the hotel and resort businesses that have been certified with tourism accommodation standards in Thailand to create business sustainability through the consequential factors, namely, new idea enhancement, market driving encouragement, proactive activity support, risk acceptance and dynamic adaptation in order to achieve business sustainability. OLS regression analysis is used to analyze the relationships among these variables by using data from 249 hotel and resort businesses that have been certified with tourism accommodation standards in Thailand. The result indicated that 5 dimensions of strategic innovation capability have a positive impact on the business sustainability of the hotel and resort businesses that have been certified with tourism accommodation standards in Thailand and that have the most significant positive impact is proactive activity support at level .01, followed by market driving encouragement, dynamic adaptation, new idea enhancement and risk acceptance.

Keywords: innovation capability, innovation, sustainability of businesses

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹Lecturer, Department of Management, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

ความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันเพื่อความอยู่รอดและการประสบความสำเร็จของธุรกิจ องค์กรธุรกิจต่างๆ ต้องเผชิญกับแรงกดดันด้านการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม แหล่งที่มาของแรงกดดันเหล่านี้ คือ การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ และความหลากหลายในความต้องการของลูกค้า ธุรกิจจะต้องมีความสามารถในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอก ในการพยายามตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนาและปรับปรุงความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์กร ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัตได้อธิบายความสามารถขององค์กรในการสร้างและกำหนดค่าใหม่ บูรณาการทรัพยากรและความสามารถขององค์กรเพื่อสร้างคุณค่าใหม่ให้กับองค์กร (Palabud, 2020) นอกจากนี้ยังมีการเปิดการค้าแบบเสรีมากขึ้น รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่รุนแรงมากขึ้น องค์กรธุรกิจทุกวันนี้ต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่เป็นแบบพลวัตไม่หยุดนิ่ง มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (AITaweel and Al-Hawary, 2021)

ดังนั้น องค์กรธุรกิจจะต้องจัดการกับความสามารถเหล่านี้ โดยเฉพาะความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ เพื่อให้ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน เนื่องจากแนวคิดของความสามารถด้านนวัตกรรมได้เปลี่ยนบทบาทจากเดิมเป็นบทบาทเชิงกลยุทธ์ เป็นกุญแจสำคัญประการหนึ่งที่จะส่งเสริมประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมใหม่ ความสามารถด้านนวัตกรรมจะทำให้เกิดโอกาสและเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์เป็นการรวมกันของความสามารถด้านนวัตกรรมและกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยเป็นพื้นฐานแนวคิดใหม่ของรูปแบบธุรกิจและการปรับโครงสร้างของตลาดที่มีอยู่ ทำลายกฎเกณฑ์เก่าๆ และการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติของการแข่งขันที่มีอยู่เพื่อให้เกิดการปรับปรุงคุณค่าให้มากขึ้นสำหรับลูกค้า และการเติบโตที่สูงขึ้นสำหรับองค์กร (Mendoza-Silva, 2021) ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ หมายถึงความสามารถขององค์กรในการบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจผ่านการพัฒนา ปรับปรุงรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ ตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าโดยการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นไปที่ความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์เชิงรุกเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กร ปัจจัยแห่งความสำเร็จของความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงพลวัตจะรวมทั้งปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การยอมรับของลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และปัจจัยภายในขององค์กร ได้แก่ นโยบายการบริหารจัดการ หรือการจัดสรรทรัพยากรขององค์กร (Palabud, 2020)

จากรายงานประจำปี พ.ศ. 2564 อุตสาหกรรมโรงแรมไทยได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาหรือโควิด-19 ในขณะที่ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการยังไม่ฟื้นตัวจากการระบาดในประเทศรอบแรก การระบาดรอบที่สองก็กลับมาทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นไปอีก ธุรกิจโรงแรมต้องเผชิญภาวะซบเซาต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2564 ผลจากวิกฤตโควิด-19 ทำให้มีการเลิกจ้างแรงงานภาคท่องเที่ยวสูงเป็นประวัติการณ์ ผลจากการปิดกิจการของธุรกิจโรงแรมและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการท่องเที่ยวอย่างใดก็ตาม ธุรกิจโรงแรมได้ทยอยฟื้นตัวได้ในปี พ.ศ. 2565 – 2566 หลังวิกฤตโควิด-19 คลี่คลายได้มีการใช้วัคซีนอย่างแพร่หลายช่วงครึ่งหลังของปี พ.ศ. 2564 ซึ่งหนุนความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ โดยจำนวนนักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวก่อนโดยปัจจัยหนุนจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศของภาครัฐ จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ธุรกิจโรงแรม และรีสอร์ทจำเป็นต้องนำกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจหลากหลายรูปแบบรวมถึงความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ เพื่อที่จะนำมาใช้ในการทำให้ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทกลับมาดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและ รีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 271 แห่ง (Thai Hotel Standards Foundation, 2023) โดยแบ่งเป็น 5 มิติ คือ 1) การส่งเสริมแนวคิดใหม่ (New idea enhancement) 2) การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด (Market driving encouragement) 3) การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก (Proactive activity support) 4) การยอมรับในความเสี่ยง (Acceptance of Risk) และ 5) การปรับตัวเชิงพลวัต (Dynamic adaptation) เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่และเติบโตอย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างรายได้ให้ประเทศและภาคธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่พัก ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท

โฮมสเตย์ บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร เป็นต้น และกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่น ก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ และโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ ปัจจุบันการท่องเที่ยวยังทวีความสำคัญมากขึ้นและมีผลเชิงบวกต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

1. ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ (Strategic innovation capability) เป็นลักษณะขององค์กรที่สามารถแปลงความรู้และแนวคิดใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างกระบวนการในการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีระบบการดำเนินงานใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์จะช่วยให้เกิดความสามารถในการสร้างความแตกต่างและมีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้ (Palabud, 2020) นอกจากนี้ ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ยังสามารถอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ และการบริการของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเพื่อนำไปสู่ประสิทธิภาพทางธุรกิจ และการลดต้นทุน ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์เป็นการผสมผสานระหว่างความสามารถด้านนวัตกรรมและกลยุทธ์ โดยตรรกะเชิงกลยุทธ์ทั่วไปจะมุ่งเน้นไปที่การต่อสู้เพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาดในตลาดที่มีอยู่และปรับตัวเข้ากับแนวโน้มภายนอก ในขณะที่นวัตกรรมเชิงกลยุทธ์จะเกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์พื้นที่ตลาดใหม่ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ได้ถูกกำหนดให้เป็นระดับขององค์กรที่มีความสามารถในการกำหนดธุรกิจใหม่ เพื่อระบุความหมายของการกำหนดธุรกิจใหม่ ระบุกลยุทธ์ธุรกิจใหม่ๆ ระบุความสามารถหลัก ให้สามารถใช้งานกลยุทธ์ใหม่ได้ สร้างกลุ่มตลาดใหม่ และระบุและใช้ทักษะพื้นฐานที่จำเป็นในการสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ (AlTaweel and Al-Hawary, 2021) ดังนั้น ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การวางตำแหน่งองค์กรเชิงกลยุทธ์ที่สร้างสรรค์และเป็นพลวัต เน้นการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ และรูปแบบธุรกิจใหม่ รวมถึงเน้นกรอบการทำงานในมุมมองแบบพลวัตของกลยุทธ์ โดยองค์กรจะสร้างความเป็นเลิศในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยแบ่งเป็น 5 มิติ ดังนี้ 1) การส่งเสริมแนวคิดใหม่ (New idea enhancement) 2) การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด (Market driving encouragement) 3) การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก (Proactive activity) 4) การยอมรับความเสี่ยง (Risk acceptance) 5) การปรับตัวเชิงพลวัต (Dynamic adaptation)

2. ความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการทำงาน ทั้งที่เป็นเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ที่สามารถวัดได้ และไม่สามารถวัดได้ ที่ส่งผลต่อองค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต ได้แก่ ความสามารถของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยไม่สูญเสียความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอนาคต การพัฒนาอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเป็นมาตรการในการประเมินความสำเร็จของกลยุทธ์ขององค์กรจะเกี่ยวข้องกับความยั่งยืนและการขยายการเติบโตทางเศรษฐกิจ มูลค่าผู้ถือหุ้น ชื่อเสียงขององค์กร ความสัมพันธ์กับลูกค้า และคุณภาพของการบริการ (Chopra et al., 2021) นอกจากนี้ความยั่งยืนขององค์กรยังเพิ่มผลกำไรและสามารถประหยัดได้ด้วยกระบวนการที่ปรับปรุงใหม่ การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ หรือการเพิ่มขึ้นของนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องจะส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กรได้ (Bansal, Grewatsch, and Sharma, 2020)

3. การส่งเสริมแนวคิดใหม่ (New Idea Enhancement) เป็นความสามารถของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในการสร้างกระบวนการปฏิบัติงานใหม่ๆ ส่งเสริมพนักงานในการพัฒนาแนวคิดและความรู้ใหม่ และสนับสนุนงบประมาณสำหรับสร้างแนวคิดใหม่ เพื่อเพิ่มศักยภาพ ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการบริการให้ดียิ่งขึ้น (Zhong, et al., 2021) นอกจากนี้ยังรวมถึง

การปรับปรุง การสนับสนุน และการนำแนวคิดใหม่ๆ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท และยังเปิดกว้างในการพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ เน้นการสร้างและการเลือกแนวคิดใหม่ที่เป็นก้าวแรกสู่การสร้างนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ (Palabud, 2020) นำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 1 คือ การส่งเสริมแนวคิดใหม่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

3. การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด (Market driving encouragement) การขับเคลื่อนทางการตลาดจะมุ่งตอบสนองและดำเนินการตามโครงสร้างและลักษณะธุรกิจบริการของโรงแรมและรีสอร์ท โดยมุ่งตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจบริการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน (Kohli and Jaworski, 2023) การขับเคลื่อนตลาดจะมุ่งเน้นไปที่การสร้างหรือการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าโดยการค้นหาและตอบสนองความต้องการแฝงที่มีอยู่ของลูกค้าที่มาใช้บริการของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท (Stathakopoulos, et al., 2022) ในงานวิจัยนี้จะมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในการให้บริการแก่ลูกค้าของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน นำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 2 คือ การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาดส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

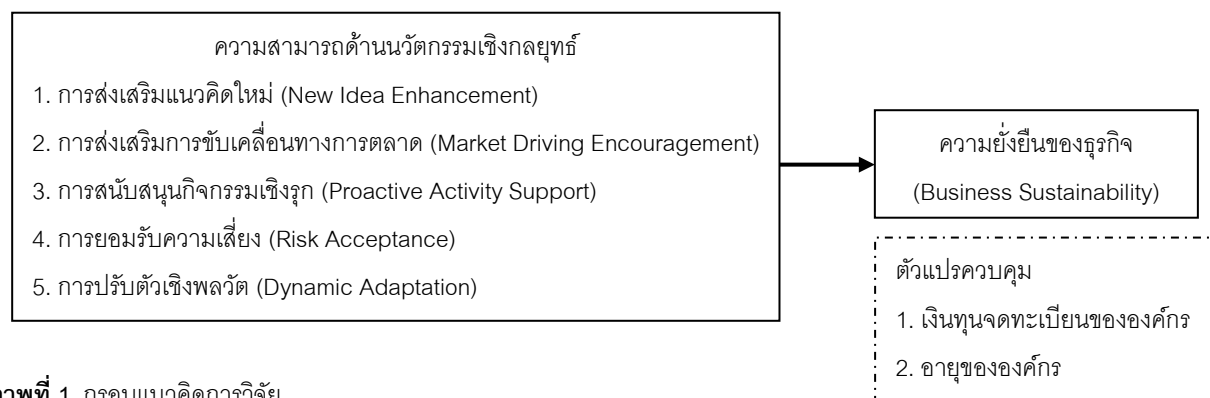
4. การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก (Proactive activity support) กิจกรรมเชิงรุกจะมุ่งเน้นไปที่การแสวงหาโอกาส มีมุมมองที่กว้างไกล มองการณ์ไกล และเป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มุ่งสร้างบริการใหม่ๆ เพื่อเติมเต็มความต้องการของลูกค้า และทำหน้าที่ในการคาดการณ์ความต้องการในอนาคตของลูกค้า โดยการทดลองกับการเปลี่ยนแปลงและการใช้ประโยชน์กับโอกาสที่มีอยู่ เน้นการจัดหานวัตกรรมที่ลูกค้ายังไม่ได้ตระหนักถึงความต้องการ วางตำแหน่งการแข่งขันและความสามารถขององค์กรอย่างจริงจัง (Brege and Kindstrom, 2020) นำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 3 คือ การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุกส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

5. การยอมรับความเสี่ยง (Risk acceptance) ความเสี่ยงเป็นโอกาสที่จะเกิดความผิดพลาด ความเสียหาย การรั่วไหล ความสูญเสีย หรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ที่ทำให้งานไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนด ความเสี่ยงจะถูกรัดด้วยผลกระทบที่ได้รับและความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ หรือโอกาส หรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ที่จะทำให้องค์กรไม่บรรลุวัตถุประสงค์ (Marhavilas and Koulouriotis, 2021) นำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 4 คือ การยอมรับความเสี่ยงส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

6. การปรับตัวเชิงพลวัต (Dynamic adaptation) การปรับตัวขององค์กรเป็นกระบวนการแบบพลวัตของการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การปรับตัวหลังจากการเกิดสถานการณ์โรค Covid-19 ของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ททั่วประเทศ รวมถึงการรักษาสภาพแวดล้อมที่ต้องพึ่งพาซึ่งกันและกันภายใต้การจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังรวมถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการกำกับดูแลองค์กรเพื่อช่วยลดการสูญเสีย การซ่อมบำรุง หรือปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (Tan et al., 2020) ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ความยืดหยุ่นในการปรับตัวอย่างเป็นพลวัต หมายถึง การวางแผนแนวทางขององค์กรในกระบวนการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลง และความไม่แน่นอน และการรักษาแนวร่วมที่มีประสิทธิภาพกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง โดยเน้นในด้านของการบริการของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท (Tan et al., 2020) นำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 5 คือ การปรับตัวเชิงพลวัตส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาจากประชากรธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 271 แห่ง (Thai Hotel Standards Foundation, 2023)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจะเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่มีการพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือและการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ในการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีลักษณะสัมพันธ์กันจัดเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน ส่วนตัวแปรใดที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มใดได้ก็จะต้องถูกตัดออกไปจากการวิจัยนี้ โดยจะสังเกตค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ที่ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไปทุกตัว (Fisher, Maltz and Jaworski, 1997) ทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (IOC) ด้วยการส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือจำนวน 3 ท่าน ทดสอบค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร (Correlation coefficients) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเมทริกซ์ความสัมพันธ์สำหรับตัวแปรทั้งหมด โดยจะดูว่ามีปัญหาภาวะร่วมของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรง (Multicollinearity) หรือไม่ โดยค่าจะต้องน้อยกว่า .80 และหาค่า VIF (Variance Inflation Factors) จะต้องน้อยกว่า 10 จึงจะทำให้ไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรง (Multicollinearity) ของตัวแปรพยากรณ์ในโมเดลนี้ (Hair, Babin, and Anderson, 2010) และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) ที่มีตัวแปรพยากรณ์ 2 ตัวขึ้นไป โดยจะทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยคำสั่ง Linear Regression (Hair, Babin and Anderson, 2010)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดหน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of analysis) คือ ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 271 แห่ง (Thai Hotel Standards Foundation, 2023) โดยจะเก็บข้อมูลจากกรรมการผู้จัดการ หรือหุ้นส่วนผู้จัดการซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนในการบริหารงานของธุรกิจโดยตรงสามารถให้ข้อมูลที่มีความชัดเจนและเป็นจริงมากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 271 คน การเก็บข้อมูลมีระยะเวลาดำเนินการเก็บข้อมูล 6 สัปดาห์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 สัปดาห์ที่ 1 – 3 หลังส่งแบบสอบถามแล้วรอแบบสอบถามตอบกลับใน 3 สัปดาห์ ได้รับแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น 230 ฉบับ ช่วงที่ 2 สัปดาห์ที่ 4 – 6 เริ่มทำการ Follow – up แบบสอบถามโดยการโทรศัพท์ในส่วนที่มีเบอร์โทร เพื่อขอบคุณและติดตามแบบสอบถามซึ่งทำให้ได้แบบสอบถามกลับคืนมาเพิ่มเติมอีก 19 ฉบับ ดังนั้น จำนวนแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมามีจำนวนทั้งสิ้น 249 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบสนอง 91.88% ซึ่งสามารถเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดได้ตามการอ้างอิงของ Aaker, Kumar and Day (2001) ที่ระบุว่า ในการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ที่ปราศจากการติดตามหรือมีการติดตามไม่ทั่วถึงสามารถ

ยอมรับได้ที่ 20% ของประชากรทั้งหมด และได้ทำการทดสอบ non-response bias เปรียบเทียบการตอบก่อนและหลัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลการทดสอบ t-test พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงต้นและปลาย (Armstrong and Overton, 1979)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) ที่มีตัวแปรพยากรณ์ 2 ตัวขึ้นไป โดยจะทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยคำสั่ง Linear Regression (Hair, Babin and Anderson, 2010)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ในการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีลักษณะสัมพันธ์กันจัดเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน ส่วนตัวแปรใดที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มใดได้ก็จะต้องตัดออกไปจากการวิจัยนี้ โดยจะสังเกตค่า Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ที่ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไปทุกตัว (Fisher, Maltz and Jaworski, 1997) ในตารางที่ 1 จะแสดงผลของค่า Factor loading ของ multi-item scales ซึ่งจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0.604 – 0.972 โดยมีค่ามากกว่า Cut-off score 0.40 และมีค่า Cronbach's alpha coefficients อยู่ระหว่าง 0.741 – 0.852 ซึ่งมากกว่า 0.70 (Hair, Babin and Anderson, 2010) ทดสอบค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (IOC) ด้วยการส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือจำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจในการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีลักษณะสัมพันธ์กัน (Exploratory Factor Analysis: EFA)

Constructs	Factor Loadings	Cronbach's Alpha Coefficient
1. การส่งเสริมแนวคิดใหม่: NIE	0.710 - 0.897	0.815
2. การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด: MDE	0.607 - 0.910	0.821
3. การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก: PAS	0.790 - 0.902	0.820
4. การยอมรับความเสี่ยง: RAC	0.633 - 0.922	0.741
5. การปรับตัวเชิงพลวัต: DYA	0.760 - 0.972	0.852
6. ความยั่งยืนขององค์กร: ORS	0.604 - 0.926	0.775

ได้ทำการทดสอบสมมติฐานด้วย OLS Regression (Ordinary least squared) ซึ่งมีค่า VIF's (Variance inflation factors) ซึ่งเป็นการทดสอบค่า multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยค่า VIF's จะต้องไม่เกิน 10 (Hair, Babin and Anderson, 2010) จากการทดสอบค่า VIF's ของงานวิจัยนี้จะมีค่าอยู่ระหว่าง 1.746 – 7.681 จึงทำให้ตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหา multicollinearity ในการทดสอบสมมติฐานด้วย OLS Regression จะประกอบด้วยสมการ 1 สมการดังนี้

$$\text{Equation 1: } ORS = \alpha_1 + \beta_1 NIE + \beta_2 MDE + \beta_3 PAS + \beta_4 RAC + \beta_5 DYA + \beta_6 OCP + \beta_7 OAG + \varepsilon_1$$

ตัวแปรต่างๆ ประกอบด้วย

NIE = การส่งเสริมแนวคิดใหม่

MDE = การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด

PAS = การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก

RAC = การยอมรับความเสี่ยง

DYA = การปรับตัวเชิงพลวัต

ORS = ความยั่งยืนขององค์กร

OCP = ทุนจดทะเบียนของธุรกิจ

OAG = ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ

ϵ = Error Term
 α = Constant
 β = Coefficient

ผลการวิจัย

ตารางที่ 2 ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร (Correlation matrix)

Variables	NIE	MDE	PAS	RAC	DYA	ORS	OCP	OAG
MEAN	4.467	4.192	4.347	4.241	4.521	4.137	-	-
S.D.	0.332	0.309	0.486	0.558	0.413	0.341	-	-
NIE	1.000							
MDE	.211**	1.000						
PAS	.204**	.508**	1.000					
RAC	.244**	.585**	.762**	1.000				
DYA	.151*	.537**	.420**	.284**	1.000			
ORS	.147*	.713**	.558**	.404**	.206**	1.000		
OCP	.252**	.214**	.573**	.684**	.026	.183**	1.000	
OAG	.174**	.187**	.325**	.005	.454**	.143*	.334**	1.000

***P < .01, **P < .05, *P < .10 Control variable: OCP = Organizational Capital, OAG=Organizational Age

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ภายในของตัวแปรอิสระมีค่า $r = .005 - .762$, $p < .05$ ซึ่งต่ำกว่า 0.8 จึงทำให้ไม่เกิดปัญหา multicollinearity และทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกัน (Hair, Babin and Anderson, 2010)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน จากการวิเคราะห์โดย OLS Regression ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	ความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พัก เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
	Eq.1 ORS
1. การส่งเสริมแนวคิดใหม่ (NIE) (H1)	.594*** (.019)
2. การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด (MDE) (H2)	.848*** (.021)
3. การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก (PAS) (H3)	.939*** (.041)
4. การยอมรับความเสี่ยง (RAC) (H4)	.292*** (.041)

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อ ความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับ การรับรองมาตรฐาน ที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย	ความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรอง มาตรฐานที่พัก เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
	Eq.1 ORS
5. การปรับตัวเชิงพลวัต (DYA) (H5)	.783*** (.028)
6. เงินทุนจดทะเบียนขององค์กร (OCP)	.613*** (.032)
7. อายุขององค์กร (OAG)	.349*** (.027)
Adjusted R ²	.946
Maximum VIF	7.681

***p < .01, **p < .05, *p < .10, ค่าในวงเล็บคือค่า Std. Error

จากตารางที่ 3 พบว่า 5 สมมติฐานจะมุ่งไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การส่งเสริมแนวคิดใหม่ (NIE) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความยั่งยืนของธุรกิจ (ORS) (H1: $\beta_1 = .594$, $p < .01$) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 1 นอกจากนี้จะพบว่า การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด (MDE) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความยั่งยืนของธุรกิจ (ORS) (H2: $\beta_2 = .848$, $p < .01$) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 2 การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก (PAS) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความยั่งยืนของธุรกิจ (ORS) (H3: $\beta_3 = .939$, $p < .01$) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 3 การยอมรับความเสี่ยง (RAC) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความยั่งยืนของธุรกิจ (ORS) (H4: $\beta_4 = .292$, $p < .01$) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ 4 สุดท้าย การปรับตัวเชิงพลวัต (DYA) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความยั่งยืนของธุรกิจ (ORS) (H5: $\beta_5 = .783$, $p < .01$) จึงทำให้ ยอมรับสมมติฐานที่ 5

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ความสัมพันธ์ของสมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1	การส่งเสริมแนวคิดใหม่	ยอมรับ
H2	การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด	ยอมรับ
H3	การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก	ยอมรับ
H4	การยอมรับความเสี่ยง	ยอมรับ
H5	การปรับตัวเชิงพลวัต	ยอมรับ

อภิปรายผล

ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถนำความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจในแต่ละด้านเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและเกิดความยั่งยืนของธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักทริกา ชินช่วง (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความสามารถทางด้านนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน: งานวิจัยเชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมบริการมี

อิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนาบริการใหม่ ความสามารถทางด้านนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า การพัฒนาบริการใหม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ การสร้างคุณค่าแก่ลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร อย่างยั่งยืน โดยงานวิจัยในครั้งนี้ได้แบ่งความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ออกเป็นมิติต่างๆ 5 มิติ ประกอบด้วย การส่งเสริมแนวคิดใหม่ การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก การยอมรับความเสี่ยง และการปรับตัวเชิงพลวัต ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้ การส่งเสริมแนวคิดใหม่ ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทฯ สามารถประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดใหม่ๆ ในการดำเนินงานที่จะทำให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผลักดันให้บุคลากรใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อยู่เสมอ นำไปสู่ความสามารถในการพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ยั่งยืน ส่งเสริมให้มีการแสดงออกทางความคิดจากพนักงานในทุกระดับชั้นเพื่อก่อให้เกิดความหลากหลายทางความคิดที่จะนำมาซึ่งความสามารถในการพัฒนากิจการที่มีความครอบคลุม และสนับสนุนให้บุคลากรสร้างสรรค์ผลงานและกรอบแนวคิดในการดำเนินงานรูปแบบใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ยั่งยืน (Puentes-Diaz, et al., 2022)

การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทฯ มีความสามารถในการขับเคลื่อนทางการตลาดที่มุ่งตอบสนองและดำเนินการตามโครงสร้างและลักษณะธุรกิจบริการของโรงแรมและรีสอร์ทฯ โดยมุ่งตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจบริการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน มุ่งเน้นไปที่การสร้างหรือการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าโดยการค้นหาและตอบสนองความต้องการแฝงที่มีอยู่ของลูกค้าที่มาใช้บริการ สนับสนุนการสร้างกลุ่มผู้นำทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อโครงสร้างของการตลาดเพื่อประโยชน์ขององค์กร โดยการประเมินและตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมุ่งมั่นในการพัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการแสวงหาความร่วมมือกับภาครัฐอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมเพื่อให้การดำเนินงานมีความได้เปรียบคู่แข่งขันอย่างต่อเนื่อง (Sheth and Parvatiyar, 2021)

การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทฯ มีความสามารถในการแสวงหาโอกาส มีมุมมองที่กว้างไกล มองการณ์ไกล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มุ่งสร้างบริการใหม่ๆ จะเป็นการเติมเต็มความต้องการของลูกค้า ช่วยเสริมสร้างฐานลูกค้าและเปิดโอกาสทางการค้าใหม่ในอนาคต ผลักดันให้มีสินค้าและบริการใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยการทดลองกับการเปลี่ยนแปลงและการใช้ประโยชน์กับโอกาสที่มีอยู่ เน้นการจัดหาวัตถุดิบที่ลูกค้ายังไม่ได้ตระหนักถึงความต้องการเพื่อเป็นผู้นำบุกเบิกทางการตลาดด้านธุรกิจบริการที่มีศักยภาพอย่างยั่งยืน ตระหนักถึงความสำคัญของการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าในอนาคต ซึ่งจะก่อให้เกิดความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าได้อย่างดีเลิศ สนับสนุนให้มีการพยากรณ์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการรับมือกับสถานการณ์ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และให้ความสำคัญกับการแสวงหาตลาดลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายฐานลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต (Min and Oh, 2020)

การยอมรับความเสี่ยง ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทฯ มีความสามารถในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ อยู่เสมอจะก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดทางธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต ยึดมั่นเสมอว่าความล้มเหลวจะเป็นบทเรียนที่สำคัญที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ที่ดี อันนำมาซึ่งความสำเร็จในอนาคตอย่างยั่งยืน ตระหนักเสมอว่าผลตอบแทนที่คุ้มค่าของการลงทุนที่มีความเสี่ยงจะนำมาซึ่งแรงกระตุ้นในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเชื่อมั่นว่าความอดทนต่อความไม่ชัดเจนและความไม่แน่นอน จะทำให้กิจการสามารถตอบสนองต่อโอกาสทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (Coronetti, et al., 2021)

การปรับตัวเชิงพลวัต ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทฯ มีความสามารถในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรอย่างไม่หยุดนิ่ง จะก่อให้เกิดความเป็นเลิศทางธุรกิจเหนือคู่แข่งทางการค้าในปัจจุบันและอนาคต ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยีและกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัย เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผลักดันให้พนักงานมี

การพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น และมุ่งมั่นในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้เข้ากับสภาพแวดล้อมอยู่เสมอเพื่อผลักดันให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงสุด ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความยั่งยืนของธุรกิจ เป็นการเชื่อมั่นของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่จะสามารถอยู่รอดได้ด้วยความสามารถของกิจการที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยกิจการมีกระบวนการดำเนินงานที่โดดเด่น และมีความสามารถในการบริหารจัดการที่เป็นเลิศเหนือคู่แข่งเสมอมา กิจการได้รับการยอมรับจากบุคคลที่เกี่ยวข้องว่าเป็นกิจการที่มีการบริหารและการบริการที่ทันสมัย เป็นมืออาชีพ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทั้งในอดีต ปัจจุบัน และในอนาคต กิจการสามารถนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่องก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลสัมฤทธิ์จากการประกอบกิจการที่ยั่งยืน และกิจการมีผลการดำเนินงานด้านการเงินที่เป็นเลิศเหนือคู่แข่ง โดยมีทรัพยากรและแหล่งเงินทุนที่เพียงพอในการรับมือกับความไม่แน่นอนและการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้เป็นอย่างดี (Ments and Treur, 2021)

สรุปผลการวิจัย

การทดสอบสมมติฐาน ค่าความสัมพันธ์ภายในของตัวแปรอิสระมีค่าต่ำกว่า .80 จึงทำให้เกิดปัญหา multicollinearity และทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกัน และผลการทดสอบสมมติฐานจากการวิเคราะห์โดย OLS Regression ของความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ทั้ง 5 มิติ ส่งผลเชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การส่งเสริมแนวคิดใหม่ การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก การยอมรับความเสี่ยง และการปรับตัวเชิงพลวัต ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ต่อความยั่งยืนของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จ อยู่รอดและยั่งยืน จะต้องอาศัยความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ในการผลักดันให้มีการกำหนดกิจกรรมต่างๆ ที่ต้องปฏิบัติเอาไว้ในแต่ละช่วงเวลา เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะต้องมุ่งเน้นในการสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก เป็นอันดับแรก ทำการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ตลอดเวลา มีมุมมองที่กว้างไกล มองการณ์ไกล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มุ่งสร้างนวัตกรรมในการบริการใหม่ๆ เพื่อเป็นการเติมเต็มความต้องการของลูกค้าเป็นการเสริมสร้างฐานลูกค้าและเปิดโอกาสทางการค้าใหม่ในอนาคต

2. ผลักดันให้ธุรกิจมีสินค้าและบริการใหม่ๆ อยู่เสมอ เน้นนวัตกรรมที่ลูกค้ายังไม่ได้ตระหนักถึงความต้องการเพื่อเป็นผู้นำบุกเบิกทางการตลาดด้านธุรกิจบริการที่มีศักยภาพอย่างยั่งยืน ทำการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าในอนาคต เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าได้อย่างดีเลิศ สนับสนุนให้มีการพยากรณ์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และแสวงหาตลาดลูกค้าใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายฐานลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต

3. มีการส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด พัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการแสวงหาความร่วมมือกับภาครัฐอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรมเพื่อให้การดำเนินงานมีความได้เปรียบคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง

4. การปรับตัวเชิงพลวัต เป็นการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรอย่างไม่หยุดนิ่ง มีกระบวนการทำงานที่มีความทันสมัย พัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วอยู่เสมอ เพื่อผลักดันให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงสุด

5. ส่งเสริมแนวคิดใหม่ และการยอมรับในความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นกับองค์กร รวมถึงจะต้องตระหนักถึงในเรื่องของเงินทุนจดทะเบียนขององค์กรเพื่อไม่ให้องค์กรขาดสภาพคล่องทางการเงินที่อาจจะทำให้เกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจในด้านต่างๆ และอายุขององค์กร ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร เพราะเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้มีเวลา และงบประมาณที่จำกัด จึงทำให้ไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรได้ครบทั้งหมด ดังนั้นต่อไปในอนาคตจึงควรมีการทดสอบแนวทาง และกลยุทธ์ที่ได้จากผลการวิจัยโดยดำเนินการเป็นลักษณะการวิจัยเชิงปฏิบัติการ เช่น นำผลการวิจัยที่ได้รับปรับเป็นกลยุทธ์ที่นำไปสู่การปฏิบัติจริง ให้ธุรกิจโรงแรมฯ นำไปปรับใช้ และทำการประเมินผลก่อน และหลังจากปรับใช้กลยุทธ์ดังกล่าว เป็นต้น

2. ควรทำการวิจัยความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์กับกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น หน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชนอื่น เพื่อที่จะส่งเสริมในด้านการพัฒนาความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจต่างๆ ให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่มากขึ้น และส่งผลต่อความอยู่รอด และความยั่งยืนขององค์กรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ภทริกา ชินช่าง. (2563). ความสามารถทางด้านนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน: งานวิจัยเชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 12(1), 15 – 29.
- Aaker, D. A., Kumar, V., and Day, G. S. (2021). *Marketing research* (7th ed). New York: John Wiley and Sons.
- AlTaweel, I. R. and Al-Hawary, S. I. (2021). The Mediating Role of Innovation Capability on the Relationship Between Strategic Agility and Organizational Performance. *Sustainability*, 13(7564), 1 – 14.
- Armstrong, J. S. and Overton, T. S. (1979). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.
- Bansal, P. T., Grewatsch, S., and Sharma, G. (2020). How COVID-19 Informs Business Sustainability Research: It's Time for a Systems Perspective. *Wiley Online Library*, 58(2), 602 – 606.
- Brege, H. and Kindstrom, D. (2020). Exploring Proactive Market Strategies. *Industrial Marketing Management*, 84, 75 – 88.
- Chopra, M., Saini, N., Kumar, S., Varma, A., Mangla, S. K. and Lim, W. M. (2021). Past, Present, and Future of Knowledge Management for Business Sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 328, 1295 – 1310.
- Coronetti, A., Alia, R.G., Budroweit, J., Rajkowski, T., Lopes, I. D. C., Niskanen, K., Soderstrom, D., Cazzaniga, C., Ferraro, R., Danzeca, S., Mekki, J., Manni, F., Dangla, D., Virmontois, C., Kerboub, N., Koelpin, A., Saigne, F., Wang, P., Pouget, V., Touboul, A., Javanainen, A., Kettunen, H. and Germanicus, R. C. (2021). Radiation Hardness Assurance Through System-Level Testing: Risk Acceptance, Facility Requirements, Test Methodology, and Data Exploitation. *IEEE Transactions on Nuclear Science*, 68(5), 958 – 969.
- Fisher, R. J., Maltz, E. and Jaworski, B. J. (1997). Enhancing communication between marketing and engineering: The moderating role of relative functional identification. *Journal of Marketing*, 61(3), 54-70.
- Hair, Jr. J. F., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: a global perspective* (7th ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kohli, A. K. and Jaworski, B. J. (2023). Market Driving: Some Directions for Future Research. *Industrial Marketing Management*, 113, 348 – 351.

- Marhavilas, P. K. and Koulouriotis, D. E. (2021). Risk-Acceptance Criteria in Occupational Health and Safety Risk-Assessment-the State-of-the-Art Through a Systematic Literature Review. *Safety*, 7(77), 1 – 38.
- Mendoza-Silva, A. (2021). Innovation Capability: A Systematic Literature Review. *European Journal of Innovation Management*, 24(3), 707 – 734.
- Ments, L. V. and Treur, J. (2021). Reflections on Dynamics, Adaptation and Control: A Cognitive Architecture for Mental Models. *Cognitive Systems Research*, 70, 1 – 9.
- Min, B. H. and Oh, Y. (2020). How Do Performance Gaps Affect Improvement in Organizational Performance? Exploring the Mediating Roles of Proactive Activities. *Public Performance & Management Review*, 43(4), 766 – 789.
- Palabud, K. (2020). Strategic Innovation Capability Influencing on Organizational Sustainability: An Empirical Study of Automobile Businesses in Thailand. *Journal of Accountancy and Management*, 12(3), 109 – 125.
- Puente-Diaz, R., Cavazos-Arrovo, J., Puerta-Sierra, L., and Vargas-Barrera, F. (2022). The Contribution Openness to Experience and its two Aspects to the Explanation of Idea Generation, Evaluation and Selection: A Metacognitive Perspective. *Personality and Individual Difference*, 185, 25 – 32.
- Sheth, J. N. and Parvatiyar, A. (2021). Sustainable Marketing: Market-Driving, not Market - Driven. *Journal of Macromarketing*, 41(1), 150 – 165.
- Stathakopoulos, V., Kottikas, K. G., Painesis, G., Theodorakis, I. G., and Kottika, E. (2022). Why Shape a Market? Empirical Evidence on the Prominent Firm-Level and Market-Level Outcomes of Market-Driving Strategy. *Journal of Business Research*, 139, 1240 – 1254.
- Tan, R. M. R., Ong, G. Y. K., Chong, S. L., Ganapathy, S., Tyebally, A., and Lee, K. P. (2020). Dynamic Adaptation to COVID-19 in a Singapore Paediatric Emergency Department. *Emergency Medicine Journal*, 37(5), 115 – 135.
- Thai Hotel Standards Foundation. (2023). List of Hotels Certified for Accommodation Standards for Tourism. Retrieved from <http://www.thaihotels.org/16750781>.
- Zhong, S., Zhang, K., Bagheri, M., Burken, J. G., Gu, A., Li, B., Ma, X., Babetta, L., Marrone, Ren, Z. J., Schrier, J., Shi, W., Tan, H., Wang, T., Wang, X., Bryan, M., Wong, Xiao, X., Yu, X., Zhu, J-Jie., and Zhang, H. (2021). Machine Learning: New Ideas and Tools in Environmental Science and Engineering. *American Chemical Society*, 55(19), 12741 – 12754.

การพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคายอย่างยั่งยืน
ภายใต้แนวทางการท่องเที่ยว 4.0
Sustainable Tourism Development of Ban Dua Folkway, Nong Khai Province
Under the Concept of 4.0 Tourism

เมษธาวิณ พลโยธี^{1*} วันชัย ทิพนัส² สุจิรา บุญจิม³ สตรีรัตน์ พุทธก้อม³
Maythawin Polnyotee^{1*} Wanchai Tippanas² Sujira Boonjim³ Satreerat Phutthakom³
Corresponding Author's Email: maytpo@kku.ac.th¹

(Received: May 27, 2023; Revised: April 16, 2025; Accepted: April 22, 2025)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคาย 2) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และปัจจัยองค์ประกอบที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนภายใต้แนวทางการท่องเที่ยว 4.0 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เลือกกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพแบบเจาะจง คือหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ประกอบการในพื้นที่ชุมชน และเลือกกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณแบบบังเอิญ คือประชาชนในพื้นที่ จำนวน 230 คน ผลการศึกษพบว่า 1) ชุมชนมีการบริหารจัดการชุมชนเป็นอย่างดี บุคลากรในชุมชนและหน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ที่มีการแบ่งหน้าที่บริหารอย่างชัดเจน มีการจัดการแต่งตั้งคณะกรรมการทุกส่วนเพื่อบริหารจัดการอย่างยั่งยืนและเป็นระบบ 2) สภาพแวดล้อมและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของชุมชนมีจุดแข็งด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามระดับมาก มีการจัดสถานที่ท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เพียงพอ ที่พักโฮมสเตย์บริการดีและกิจกรรมมากมาย มีสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่น อีกทั้งยังคงไว้ซึ่งประเพณีและวัฒนธรรมเป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามชุมชนยังมีจุดอ่อนด้านการจัดการศักยภาพทักษะของบุคลากรในชุมชน 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนภายใต้แนวทางการท่องเที่ยว 4.0 ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาศักยภาพทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล 4.0 การสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตส่งเสริมการท่องเที่ยว การยกระดับทักษะบุคลากร การบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการส่งเสริมสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวภายใต้การตลาดในยุค 4.0

คำสำคัญ: วิถีชุมชนบ้านเดื่อ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยว 4.0

Abstract

The purposes of this research study were: 1) to study tourism management in the Ban Dua community-based tourism in Nong Khai Province; 2) to conduct a SWOT Analysis and examine the factors affecting the development of community-based tourism management potential; and 3) to promote sustainable community-based tourism by presenting guidelines for improving and developing potential according to the Tourism 4.0 guidelines. This research employs a mixed-method approach, utilizing purposive sampling for the qualitative sample group, which includes government agencies and entrepreneurs in the local community, and employing accidental sampling for the quantitative sample group, consisting of 230 individuals from the area. The results have shown that: 1) the community possesses

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² นักวิเคราะห์นโยบายและแผน อุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ นักศึกษาปริญญาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

¹ Lecturer, Tourism Industry Management, Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

² Policy and Plan Analyst, Khon Kaen University Science Park

³ Bachelor's Students, Business Administration, Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

Keywords: Ban Dua folkway, community-based tourism (CBT), tourism 4.0

กล่าวได้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านเตื่อ จังหวัดหนองคาย นับได้ว่ามีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิเช่น ด้านทรัพยากร ด้านแนวคิดการจัดการบริหารชุมชน ด้านการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดวางขาย

และจำหน่าย ภายใต้เงื่อนไขปัจจัยบริบทของพื้นที่สังคม วัฒนธรรมของชุมชน และเศรษฐกิจ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคส่วนต่างๆ ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาประเด็นการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในแนวทางการท่องเที่ยว 4.0 กรณีศึกษาพื้นที่ชุมชนบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคาย วิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ปัจจัยองค์ประกอบที่มีผลต่อพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนและนำเสนอแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพตามแนวทางการท่องเที่ยว 4.0 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคาย
2. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT analysis) และปัจจัยองค์ประกอบที่มีผลต่อพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยว 4.0 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ประเภทของการวิจัย** เป็นการศึกษาแบบผสมผสาน (Mixed method)
2. **ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก** เป็นประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในพื้นที่ชุมชนชุมชนบ้านเดื่อ ตำบลบ้านเดื่อ อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย จำนวน 427 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2566) นำมาคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1967) ณ ความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรในพื้นที่ชุมชนบ้านเดื่อ ตำบลบ้านเดื่อ อำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย จำนวน 230 คน และผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวบ้านเดื่อ จำนวน 5 คน ได้แก่ ประธานท่องเที่ยววิถีชุมชน รองประธานท่องเที่ยววิถีชุมชน เลขานุการชุมชน ประธานโฮมสเตย์ชุมชน เซฟชุมชนและการแปรรูปอาหาร และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดหนองคาย จำนวน 2 คน

3. **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** เป็นเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน นำมาวิเคราะห์ด้วยปัจจัยสภาพแวดล้อม (SWOT analysis) สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant observation) และไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant observation) เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน อพท. (ฉบับปรับปรุงปี 2557) โดยผู้วิจัยร่วมกับเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐและผู้นำชุมชนประเมินศักยภาพของชุมชนตามเป้าประสงค์ของแบบประเมินเพื่อวิเคราะห์ถึงศักยภาพของชุมชนทั้งด้านการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชน การจัดการด้านเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต การส่งเสริมวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบอย่างยั่งยืน และแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A) ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) สถานที่พัก (Accommodation) และกิจกรรม (Activity) เพื่อสรุปผลนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคายอย่างยั่งยืนภายใต้แนวทางการท่องเที่ยว 4.0

4. **การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย** การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญให้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยวิเคราะห์หัวข้อคำถามและพิจารณาประเมินค่าการให้คะแนนเพื่อตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย IOC (Item Objective Congruence Index) เมื่อได้รับผลการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยคะแนน IOC ของแบบสอบถามประชาชนในพื้นที่เท่ากับ 0.91 คะแนน แบบสัมภาษณ์ภาคประชาชนในพื้นที่เท่ากับ

0.86 คะแนน แบบสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐเท่ากับ 0.80 คะแนน จึงทำการปรับปรุงพัฒนาแก้ไขแบบสอบถามให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้นตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์ของแอลฟา (Cronbach's Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1970) โดยผลทดสอบการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูล (Try-out) กับภาคประชาชนในพื้นที่และภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องของร่วมกับวิเคราะห์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคาย จำนวน 40 ชุด เพื่อทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามประชาชนในพื้นที่เท่ากับ 0.93 โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแหล่งพื้นที่ (Field research) ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 2 คน ผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน 5 คน ได้แก่ ประธานท่องเที่ยววิถีชุมชน รองประธานท่องเที่ยววิถีชุมชน เลขาธิการชุมชน ประธานโฮมสเตย์ชุมชนและเซฟชุมชนและการแปรรูปอาหาร เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - Structured Interview) และเลือกกลุ่มประชาชนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 230 คน ประกอบด้วยประชาชนในพื้นที่และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเดื่อ จากการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ในการทำแบบสอบถามโดยใช้คำถามปลายปิด (Closed-end question) ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ (Check list)

6. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้รูปแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ การจดบันทึก และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือต่างๆ วิเคราะห์และเขียนข้อมูลเป็นข้อความเชิงบรรยาย (Descriptive) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน อพท. (ฉบับปรับปรุงปี 2557) และแบบสอบถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A) ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) สถานที่พัก (Accommodation) และกิจกรรม (Activity) นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐานการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และใช้เกณฑ์มาตราส่วนการประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) และมาตราส่วนของลิเคิร์ต (Likert scale) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อสรุปผลนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคายอย่างยั่งยืน ภายใต้แนวทางการท่องเที่ยว 4.0

ผลการวิจัย

1. ผลวิเคราะห์ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

ปัจจุบันชุมชนมีศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอย่างดี บุคลากรมีส่วนร่วมกันในการพัฒนาบุคลากรสม่ำเสมอ มีการจัดการบริหารตำแหน่งในวิสาหกิจชุมชนแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการทุกส่วนเพื่อบริหารจัดการอย่างยั่งยืนและเป็นระบบ มีการแบ่งปันและกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม มีการจัดตั้งกองทุนสำหรับช่วยเหลือสมาชิก อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐในการเข้ามามีบทบาทส่งเสริมในด้านมาตรฐานยกระดับการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเดื่อ โดยการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการสนับสนุนส่งเสริมแนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันดิจิทัลแพลตฟอร์ม การสร้างระบบสารสนเทศการสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตส่งเสริมการท่องเที่ยว การยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีความทันสมัย รองรับการแข่งขันมากยิ่งขึ้น และการส่งเสริมในด้านความยั่งยืนในพื้นที่ร่วมกันกับภาคผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับพื้นที่และประชากรในพื้นที่ เพื่อร่วมมือช่วยกันส่งเสริมในการยกระดับศักยภาพทั้งด้านการพัฒนาทักษะบุคลากร การจัดอบรมพัฒนาทักษะของบุคลากร การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การพัฒนาด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว การพัฒนาด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมของพื้นที่ เพื่อให้ชุมชนสามารถยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคาย อย่างยั่งยืนภายใต้แนวทางการท่องเที่ยว 4.0 อย่างยั่งยืน

2. ผลวิเคราะห์ด้านสภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 จุดแข็ง (Strengths) ชุมชนมีความเข้มแข็งเรื่องการจัดการชุมชน การพัฒนาร่วมกันในชุมชนทำได้เป็นอย่างดี การแบ่งปันและกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่น ที่ตั้งที่ติดกับแม่น้ำโขงมีความสวยงามจนเกิดเป็น การท่องเที่ยววิถีชุมชน และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า ชุมชนโฮมสเตย์ที่ได้การรองรับมาตรฐาน ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนมีการ นำวัตถุดิบท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ให้เกิดคุณค่า เอกลักษณ์ สร้างรายได้ให้กับสมาชิก

2.2 จุดอ่อน (Weaknesses) ศักยภาพด้านทักษะของสมาชิกในชุมชน พบว่า เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ทำให้ขาดทักษะในการพัฒนาเทคโนโลยีและการสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์และการทำการตลาด ออนไลน์

2.3 โอกาส (Opportunities) ภาครัฐมีการเข้ามาสนับสนุนมีทุนจากทางภาครัฐส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน รัฐบาลมีนโยบายในการกระจายอำนาจสู่การปกครองส่วนท้องถิ่นส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนมีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศลาว มีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว 1 สะพานแห่งนี้เป็นสะพานข้าม แม่น้ำโขงจากอำเภอเมืองหนองคายไปยังเมืองท่าเดื่อ ของ สปป.ลาว ช่วยอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าและเดินทางข้าม ประเทศเป็นโอกาสในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการขยายโอกาสทางการค้า

2.4 อุปสรรค (Threats) สภาพอากาศและฤดูกาล พบว่า หากมีฝนตกทำให้ร้านเซฟชุมชนที่เป็นจุดรองรับ นักท่องเที่ยวจะสามารถรับนักท่องเที่ยวได้น้อยลงเนื่องจากในร้านมีพื้นที่ที่เป็นกลางแจ้งและไม่มีหลังคา

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A) มีรายละเอียด ดังนี้

ผลวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 76.7 มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9

4. ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน	3.66	0.72	มาก
2. มีการจัดสถานที่ท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น	3.56	0.60	มาก
3. ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน	3.35	0.58	ปานกลาง
4. ความหลากหลายของประเภทการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.39	0.63	ปานกลาง
5. แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ	3.35	0.66	ปานกลาง
รวม	3.46	0.64	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.46, S.D. = 0.64) ประกอบด้วย ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.66, S.D. = 0.72) การจัดสถานที่ท่องเที่ยวที่ สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.56, S.D. = 0.60) ความหลากหลายของประเภทการ ท่องเที่ยวในชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.39, S.D. = 0.63) แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่าง เพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.35, S.D. = 0.66) ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.35, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

5. ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เส้นทางในการคมนาคมขนส่งมีมาตรฐานสะดวกสบาย	3.57	0.67	มาก
2. แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถเพียงพอ	3.35	0.67	ปานกลาง
3. มีระบบขนส่งสาธารณะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	2.97	0.76	ปานกลาง
4. มีสถานที่ให้บริการทางคมนาคม เช่น ปั๊มน้ำมัน จุดพักรถ	3.27	0.60	ปานกลาง
5. แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดทำป้ายสื่อความหมายสร้างการรับรู้ในการเข้าถึงชุมชน	3.36	0.71	ปานกลาง
รวม	3.30	0.68	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่าศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.68) ประกอบด้วย เส้นทางในการคมนาคมขนส่งมีมาตรฐานสะดวกสบาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.67) แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดทำป้ายสื่อความหมายสร้างการรับรู้ในการเข้าถึงชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.68) แหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.67) สถานที่ให้บริการทางคมนาคมท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.60) ระบบขนส่งสาธารณะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.97$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

6. ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ร้านค้าของที่ระลึกมีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน	3.69	0.77	มาก
2. มีร้านอาหารสำหรับบริการที่หลากหลายและเพียงพอ	3.56	0.63	มาก
3. มีจุดบริการ/ศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	3.45	0.61	ปานกลาง
4. มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำสะอาด ไฟฟ้า สัญญาณโทรศัพท์ที่เหมาะสม	3.58	0.61	มาก
5. มีห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอและสะอาด	3.29	0.65	ปานกลาง
รวม	3.51	0.65	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, S.D. = 0.65) ร้านค้าของที่ระลึกมีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.77) ร้านอาหารสำหรับบริการที่หลากหลายและเพียงพอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.63) สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น น้ำสะอาด ไฟฟ้า สัญญาณ โทรศัพท์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.61) จุดบริการ/ศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.61) ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอและสะอาด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ

7. ศักยภาพด้านสถานที่พัก (Accommodation)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านสถานที่พัก (Accommodation)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ที่พักมีความสวยงาม สะอาด	3.66	0.70	มาก
2. ที่พักมีราคาที่เหมาะสม	3.35	0.58	ปานกลาง
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รับรองความต้องการ เช่น อินเทอร์เน็ต กาน้ำร้อน ไม้กวาด เครื่องทำน้ำอุ่น ตู้เย็น เป็นต้น	3.64	0.62	มาก
4. ที่พักมีระบบความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ	3.34	0.56	ปานกลาง
5. มีการบริการดี เช่น พนักงานมีอัธยาศัยดีมีความพร้อมในการบริการ	3.78	0.75	มาก
รวม	3.55	0.64	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าศักยภาพด้านสถานที่พัก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 3.55$, S.D.= 0.64) มีการบริการดี เช่น พนักงานมีอัธยาศัยดีมีความพร้อมในการบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D.= 0.75) ที่พักมีความสวยงาม สะอาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D.= 0.70) สิ่งอำนวยความสะดวกที่รับรองความต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D.= 0.62) ที่พักมีราคาที่เหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$, S.D.= 0.58) ที่พักมีระบบความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, S.D.= 0.56) ตามลำดับ

8. ศักยภาพด้านกิจกรรม (Activity)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านกิจกรรม (Activity)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง	3.63	0.68	มาก
2. มีการจัดการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมร่วมกับคนในท้องถิ่น	3.56	0.71	มาก
3. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.52	0.69	มาก
4. กิจกรรมมีความน่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยว	3.47	0.61	ปานกลาง
5. ราคาที่เหมาะสมกับค่าทำกิจกรรม	3.31	0.62	ปานกลาง
รวม	3.50	0.66	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 พบว่าศักยภาพด้านกิจกรรม ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.50$, S.D.= 0.66) ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, S.D.= 0.68) มีการจัดการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมร่วมกับคนในท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D.= 0.71) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D.= 0.69) กิจกรรมมีความน่าสนใจ ดึงดูดนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$, S.D.= 0.61) ราคาที่เหมาะสมกับค่าทำกิจกรรม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.31$, S.D.= 0.61) ตามลำดับ

9. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ภาพรวมผลสรุปคะแนนรวมการประเมินชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ฉบับปรับปรุงปี 2557 โดยพื้นที่ท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคาย พบว่าการบริหารจัดการ เศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต การอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ อยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม ชุมชนมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มุ่งเน้นด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในชุมชนพร้อมยกระดับคุณภาพชีวิต ร่วมกับการมีส่วนร่วมและส่งเสริมการพัฒนาทักษะของบุคลากรในพื้นที่ เพื่อสร้างเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี มีเป้าหมายและแนวทางในการจัดสรรรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนมีการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในชุมชนและผลักดันสินค้าเข้าสู่ตลาดออนไลน์และออฟไลน์ เช่น การนำเอาวัตถุดิบท้องถิ่น ลูกมะเดื่อมาเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน อีกทั้งมีการบริการที่พักและโฮมสเตย์ สร้างสรรค์กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวชุมชนลุ่มแม่น้ำโขง เช่น กิจกรรมพายเรือคายัคในแม่น้ำโขง การทำกิจกรรมร่วมกับชาวบ้านในพื้นที่ ซึ่งเป็นจุดเด่นทางการค้าและการขยายโอกาสในการสร้างรายได้ที่เป็นระบบและยั่งยืน

10. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชน อย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิด 4.0

จากการศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิด 4.0 สามารถวิเคราะห์และนำมาพัฒนาเป็นแนวทางในการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ดังนี้

10.1 ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล 4.0 ควรมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ในพื้นที่ เช่น การนำเทคโนโลยีเข้ามาแบ่งเบาภาระของนักสื่อความหมายในพื้นที่ การใช้แอปพลิเคชันแพลตฟอร์มที่ระบุข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว อาจทำให้ทราบถึงโอกาสด้านการเข้าถึงข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการ

10.2 การสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาการสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น การสร้างเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ทางช่องทางโซเชียลมีเดียออนไลน์ การพัฒนาฐานข้อมูลสารสนเทศ การจัดทำสื่อออนไลน์ เพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว

10.3 การยกระดับทักษะบุคลากรด้านการบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมสู่การท่องเที่ยวอย่าง ควรมีการส่งเสริมการยกระดับการพัฒนาบุคลากรในชุมชน เช่น การจัดอบรมพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี ด้านการบริการนักท่องเที่ยว อีกทั้งชุมชนควรพัฒนาการยกระดับการบริหารจัดการชุมชน เช่น การจัดประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในชุมชน การส่งเสริมแนวทางการมีส่วนร่วมพัฒนาพื้นที่สู่ความยั่งยืน

10.4 การส่งเสริมสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว ควรมีการจัดทำการตลาดออนไลน์ทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ การขยายช่องทางการจำหน่าย ควรมีการส่งเสริมพัฒนาฐานข้อมูลสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยวรับรู้มากยิ่งขึ้น

อภิปรายผล

1. การบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชนท่องเที่ยวบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคาย

ผู้ที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคาย สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม คือ ส่วนของหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาชนในที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับพื้นที่ท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านเดื่อ และประชากรทั่วไป ปัจจุบันชุมชนมีการบริหารจัดการชุมชนเป็นอย่างดี บุคลากรมีส่วนร่วมกันดีในชุมชนเป็นอย่างดี มีการพัฒนาบุคลากรสม่ำเสมอ มีการจัดการบริหารตำแหน่งในวิสาหกิจชุมชนแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน มีการจัดตั้งคณะกรรมการทุกส่วนเพื่อบริหารจัดการอย่างยั่งยืนและเป็นระบบ มีการแบ่งปันและกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม มีการจัดตั้งกองทุนสำหรับช่วยเหลือสมาชิก หน่วยงานภาครัฐเข้ามามีบทบาทส่งเสริมในด้านมาตรฐานการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเดื่อ หนองคาย ร่วมกันกับภาคผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับพื้นที่และประชากรใน แต่อย่างไรก็ตามชุมชนยังคงมีจุดอ่อนในด้านบุคลากรในชุมชน ดังนั้นส่วนของหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาชนในที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับพื้นที่ท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านเดื่อ และประชากรทั่วไปในชุมชนบ้านเดื่อ ควรมีการสร้างความร่วมมือทั้ง 3 ภาคส่วนในการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยววิถีบ้านเดื่อสู่การพัฒนาการเพิ่มทักษะ

ของบุคลากรเพื่อการพัฒนาพื้นที่ เช่น การจัดตั้งการประชุม การร่วมกันกำหนดเป้าหมายการพัฒนาพื้นที่ที่ชัดเจน การร่วมกันแสดงความคิดเห็นในการวางแผนพัฒนาชุมชน การสะท้อนผลทั้งด้านบวกและลบของชุมชนเพื่อประเมินศักยภาพในส่วนข้อบกพร่องที่ต้องการแก้ไขให้พัฒนาในอนาคตได้ต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dodds (2016) เรื่อง "การระดมความรู้: การกำหนดองค์ประกอบสำคัญเพื่อความสำเร็จและสิ่งที่ทำให้เกิดปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน" (Mobilizing Knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing Community Based Tourism) เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่สำคัญเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่าเมืองประกอบที่สำคัญ 4 ประการที่เอื้อต่อความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 1) การให้ชาวบ้านในพื้นที่มีส่วนร่วมในการวางแผนและเสริมสร้างขีดความสามารถเพื่อสร้างความเข้มแข็งด้านการจัดการการท่องเที่ยวให้กับชุมชน 2) ความร่วมมือและสร้างพันธมิตรเพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าไปสู่ตลาดในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน 3) การจัดการการท่องเที่ยวท้องถิ่นและการเสริมสร้างความเข้มแข็งของสมาชิกในชุมชน และ 4) การกำหนดเป้าหมายทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและด้านชุมชน เพื่อให้ผลลัพธ์ที่ได้สอดคล้องกับค่านิยมของชุมชน

2. สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) และองค์ประกอบการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวบ้านเตื่อ จังหวัดหนองคาย

แหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีความสวยงาม ท่าเลที่ตั้งติดกับแม่น้ำโขงจนเกิดเป็นการท่องเที่ยววิถีชุมชน มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่น สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมลุ่มแม่น้ำโขงได้เป็นอย่างดี มีโฮมสเตย์ที่ได้การรองรับมาตรฐานสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ อีกทั้งมีการนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาสร้างสรรค์เป็นของที่ระลึกเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนขยายโอกาสด้านการค้า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีพื้นที่อาณาเขตติดต่อกับประเทศลาว มีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว 1 ช่วยอำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าและเดินทางข้ามประเทศ อีกทั้งภาครัฐมีนโยบายในการกระจายอำนาจสู่การปกครองส่วนท้องถิ่นช่วยส่งเสริมการพัฒนาพื้นที่ สามารถสร้างรายได้ให้กับสมาชิก นำไปสู่การบริหารจัดการและกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิป จันทรสุริย์, จักรภัทร ประจักษ์ และ ชมาพร สุขทวี (2564) ศึกษาเรื่อง "แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านสาขลา จังหวัดสมุทรปราการ" ผลการศึกษา พบว่าสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม วิถีชีวิตที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น แต่เนื่องด้วยกิจกรรมส่วนใหญ่ของชุมชนต้องอาศัยพื้นที่ริมแม่น้ำและพื้นที่กลางแจ้งในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดอุปสรรคด้านสภาพอากาศและฤดูกาล พบว่า ช่วงเดือนพฤษภาคม - ตุลาคม ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้น้อยลงเนื่องจากเป็นหน้ามรสุมฤดูฝน นอกจากนี้พบว่าปัญหาจุดอ่อนของชุมชนได้แก่ จำนวนสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ทำให้ขาดทักษะในการพัฒนาเทคโนโลยีและการสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์การตลาดออนไลน์ ควรมีการส่งเสริมด้านเทคโนโลยีและการตลาดในรูปแบบออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุประภา สมนักพงษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง "แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย" ซึ่งนโยบายของภาครัฐบาลเรื่องประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) ที่เน้นการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) ซึ่งถือว่าการเปิดกว้างทางความคิด การมีส่วนร่วม มีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ทำให้ลูกค้ามีการติดต่อแลกเปลี่ยนความรู้ตลอดจนการค้นหา ข้อมูล ซื้อ ขาย สินค้าและบริการที่ไร้พรมแดน ส่งผลให้ผู้ประกอบการยุคนี้สามารถ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องในการทำตลาดรูปแบบใหม่ในอนาคต

3. แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิด 4.0

3.1 ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล 4.0 ปัจจุบันทางชุมชนยังไม่ได้มีการนำเทคโนโลยีนวัตกรรมเข้ามาใช้ในพื้นที่มากนัก แต่อย่างไรก็ตามหน่วยงานภาครัฐสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายมีการพัฒนานำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว 4.0 สนับสนุนการทำแอปพลิเคชันที่ระบุข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดหนองคาย ที่ครอบคลุมภาษาที่หลากหลาย สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยว 4.0 ที่เข้ามาช่วยปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

การท่องเที่ยวได้ง่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว (ประชากรศาสตร์กิจ, 2561) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรภรณ์ สุนทรวินุลย์ (2561) ศึกษาเรื่อง “นวัตกรรมการสื่อสารกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคประเทศไทย 4.0” พบว่า การใช้เทคโนโลยีมาสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสร้างภาพลักษณ์ความเป็นไทย ภายใต้องค์ประกอบของการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 4 องค์ประกอบ (TOUR Model) ได้แก่ นักท่องเที่ยว (T: Tourism) การสร้างความแตกต่าง (O: Opposite) การเข้าถึงข้อมูล (U: Ubiquitous) และการให้ข้อมูลย้อนกลับ (R: Response)

3.2 การสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยวของบ้านเดื่อที่มีอัตลักษณ์ที่น่าสนใจ ทำให้ทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจและร่วมมือในด้านการส่งเสริมเพื่อพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านตลาด ด้านการจัดการชุมชน แต่อย่างไรก็ตามทางชุมชนยังขาดการสร้างข้อมูลส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากจุดอ่อนด้านบุคลากรในการสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมีจำนวนน้อยราย ข้อมูลอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นภาษาไทยทั้งหมด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ที่มีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงเสนอให้มีการบูรณาการทุกภาคส่วนด้วยประยุกต์ Digital Tourism ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวคิดการดำเนินการการท่องเที่ยว 4.0 เพื่อช่วยยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้บริการข้อมูลที่มีคุณภาพมีมาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

3.3 การยกระดับทักษะบุคลากรด้านการบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ปัจจุบันทางชุมชนมีจุดแข็งการบริหารจัดการชุมชน การมีส่วนร่วมกันพัฒนาพื้นที่ชุมชน การแบ่งปันและกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม แต่อย่างไรก็ตามพบว่ายังคงมีจุดอ่อน ด้านสมาชิกในชุมชน เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุและจำนวนประชากรนักสื่อสารความหมายในพื้นที่มีจำนวนน้อยราย คนในชุมชนส่วนใหญ่ทำอาชีพเป็นเกษตรกรเป็นหลักทำให้ขาดบุคลากรและผู้ที่มีทักษะในด้านเทคโนโลยี จึงเสนอแนวทางการพัฒนาบุคลากรทางท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วยการจัดอบรมพัฒนาทักษะบุคลากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกานต์ รุ่งเรือง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และภูซังคำ ตำบลแก้งเต้ง อำเภอภูซังคำ จังหวัดอุบลราชธานี” ผลวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 การจัดการเรียนรู้เพิ่มทักษะบุคลากรในองค์กร องค์ประกอบที่ 2 การรวมกลุ่มเป็นองค์กรของชุมชน องค์ประกอบที่ 3 อัตลักษณ์ของชุมชนขององค์ประกอบที่ 4 การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติชุมชน องค์ประกอบที่ 5 การจัดการท่องเที่ยว และองค์ประกอบที่ 6 การเป็นชุมชนที่มีเอกภาพแบบพอเพียง มีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลายมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาขับเคลื่อนองค์กรของตนเอง

3.4 การส่งเสริมสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวภายใต้การตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ชุมชนมีโอกาสการขยายการค้าในอนาคตเนื่องจากทำเลที่ตั้งติดกับแม่น้ำโขงมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศลาว มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นจนเกิดเป็นการท่องเที่ยววิถีชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนมีการลดต้นทุนวัตถุดิบด้วยการนำเอามาเผื่อพืชท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ให้เกิดคุณค่าสร้างสรรค์สินค้าออกจำหน่ายสู่ตลาดทั้งพื้นที่โซเชียลมีเดียออนไลน์และออฟไลน์หน้าร้านสร้างรายได้ให้ชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุประภา สมณิกพงษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง “แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย” ผลการศึกษาพบว่าจากกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกและนโยบายของภาครัฐบาลในเรื่องประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) ทำให้เกิดการตลาดท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ที่เน้นการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) ที่เป็นการเปิดกว้างทางความคิดและการมีส่วนร่วมทางการค้า แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันศักยภาพด้านการส่งเสริมสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวภายในชุมชนยังมีจุดอ่อนด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในส่วนสินค้าที่ยังไม่มากพอ โดยเฉพาะการทำการตลาดออนไลน์ทั้งด้านการประชาสัมพันธ์ การขยายช่องทางจำหน่าย จึงเสนอแนวทางการพัฒนาการใช้การตลาด 4.0 ของ Kotler, Kartajaya and Setiawan (2017) ที่ได้อธิบายลักษณะของการตลาด 4.0 ไว้ว่า การตลาด 4.0 เป็นยุคที่สินค้าต้องเปิดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้มี

โอกาสสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์กัน ปฏิสัมพันธ์กันบนพื้นที่ Social โดยรูปแบบของการสื่อสารจะเปลี่ยนไปหลายมิติ ดังนี้

- 1) Aware - Appeal - Ask - Act - Advocate (ให้รู้จัก ทำให้รู้สึกชอบ จูงใจให้ชักถามเพิ่มเติม ตัดสินใจซื้อ และกลายเป็นผู้สนับสนุนตราสินค้า)
- 2) มีการใช้คำหลักในการทำการตลาด (Keyword based marketing) คือ การตลาดโดยใช้คำหลักเพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายค้นหาข้อมูลของตราสินค้า
- 3) เป็นการตลาดที่ให้ความสำคัญแก่มนุษยชาติ (People-based marketing) โดยแบ่งคนออกเป็นกลุ่มตามลักษณะ รูปแบบในการดำเนินชีวิต ความสนใจ ความต้องการ เครื่องมือที่ใช้คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social media)
- 4) เป็นการตลาดบนพื้นฐานพฤติกรรมของผู้บริโภค (Behavior-based marketing) ที่ใช้การติดตามพฤติกรรมที่ตรวจจับประวัติการติดต่อสอบถาม (Contact history) ประวัติการซื้อสินค้า (Purchase history) ตลอดจนกระบวนการหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อ (Customer journey)
- 5) เป็นการตลาดเชิงปฏิสัมพันธ์ (Engagement marketing) ด้วยการสนทนากับนักท่องเที่ยวบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ทำให้เจ้าของตราสินค้าได้รับรู้ความพึงพอใจที่มีต่อสินค้า

สรุปผลการวิจัย

ชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคายมีการบริหารจัดการชุมชนเป็นอย่างดี บุคลากรมีส่วนร่วมกัน ในชุมชนเป็นอย่างดี มีการจัดการบริหารตำแหน่งในวิสาหกิจชุมชนแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการทุกส่วนเพื่อบริหารจัดการอย่างยั่งยืนและเป็นระบบ อีกทั้งสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวในปัจจุบันของชุมชนมีจุดแข็งด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามระดับมาก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง สิ่งอำนวยความสะดวกร้านค้าของที่ระลึกมีสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนอยู่ในระดับมาก ที่พักอยู่ในระดับมาก กิจกรรมภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่อย่างไรก็ตามชุมชนยังจุดอ่อนด้านการจัดการ จึงเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนภายใต้แนวทางการท่องเที่ยว 4.0 ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล 4.0 การสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตส่งเสริมการท่องเที่ยว การยกระดับทักษะบุคลากรด้านการบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการส่งเสริมสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวภายใต้การตลาดการท่องเที่ยว 4.0

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้นำชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ควรเน้นการพัฒนาชุมชนให้มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ สร้างตราสินค้าท่องเที่ยว (Destination branding) สนับสนุนให้มีการนำเทคโนโลยีที่กระตุ้นเศรษฐกิจเข้ามาใช้ในพื้นที่เพื่อความเป็นระเบียบและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวตามแนวคิดการท่องเที่ยว 4.0
2. ควรศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการใช้เทคโนโลยีการท่องเที่ยว การตลาดที่เจาะกลุ่มเป้าหมายออนไลน์ (Digital marketing) ช่องทางสื่อสารสัมพันธ์ การติดต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคาย
3. ควรมีการส่งเสริมพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีการท่องเที่ยวของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้เกิดการเรียนรู้และปฏิบัติจริงด้วยตนเอง
4. ควรมีการหารือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนในการวางแผนจัดการการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ในรูปแบบทันสมัย

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2560). ททท.ดัน “ท่องเที่ยว 4.0” เคลื่อนเศรษฐกิจ. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/756663>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). การท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีเก๋ไก๋อย่างยั่งยืน. สืบค้นจาก <https://tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism/>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). 9 แนวโน้มใหม่ในอนาคตการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/Articles/9tat>.
- ณัฐกานต์ รุ่งเรือง. (2559). องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และภูซังคำ ตำบลแก้งเต้ง อำเภอภูซังคำ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 7(2), 198 - 213.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). เทรนด์ท่องเที่ยวปี 2018 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/world-news/news-95925>.
- พัชรภรณ์ สุนทวิบูลย์. (2561). นวัตกรรม การสื่อสารกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคประเทศไทย 4.0. *วารสารวิชาการนวัตกรรม สื่อสารสังคม*, 6(12), 200-210.
- สุประภา สมนึกพงษ์. (2560). แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/110248>.
- สุมาลี โพธิ์พยัคฆ์. (2562). “บ้านเค็” จากหมู่บ้านเกษตรริมโขง สู่หมู่บ้านท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/DMmTF>.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2566). สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร (รายเดือน). สืบค้นจาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage>.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับประชาชน). สืบค้นจาก https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/article/article_20230327145011.pdf
- อธิป จันทรสุรีย์, จักรภัทร ประจักษ์ และ ษมาพร สุขทวี. (2564). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนบ้านสาขลา จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(2), 127-143.
- Dodds, R. (2016). Mobilizing knowledge: determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 4, 1547-1568.
- Kotler, P., Kartajaya, H., and Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 - Moving from Traditional to Digital*. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper & Row.

จริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสาร

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ ดังนั้นจึงกำหนดให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์อย่างเคร่งครัด โดยปรับปรุงจาก Committee on Publication Ethics: <https://www.publicationethics.org/files/2008%20Code%20of%20Conduct.pdf> โดย ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) รายละเอียดดังนี้

1. บทบาทหน้าที่ของบรรณาธิการและกองบรรณาธิการ

1.1 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์กับวารสารทุกบทความ โดยพิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหาบทความกับเป้าหมายและขอบเขตของวารสาร รวมถึงตรวจสอบคุณภาพบทความในกระบวนการประเมินคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์

1.2 บรรณาธิการมีหน้าที่จัดพิมพ์คำแนะนำแก่ผู้เขียนในทุกประเด็นที่ผู้เขียนควรรับทราบและควรมีการปรับปรุงคำแนะนำให้ทันสมัยอยู่เสมอพร้อมทั้งควรมีการอ้างอิงหรือการเชื่อมโยงกับระเบียบดังกล่าวนี้ด้วย

1.3 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องใช้หลักการพิจารณาบทความโดยอิงเหตุผลทางวิชาการเป็นหลัก และต้องไม่มีอคติต่อผู้เขียนและบทความที่พิจารณาไม่ว่าด้วยกรณีใด บรรณาธิการไม่ควรเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจในการตอบรับบทความที่ถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ไปแล้ว ยกเว้นมีปัญหาร้ายแรงเกิดขึ้นในระหว่างการส่งบทความมารับการพิจารณา

1.4 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง

1.5 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่ปิดกั้น เปลี่ยนแปลง หรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียน และมีระบบปกป้องข้อมูลส่วนตัวของผู้ประเมินบทความ

1.6 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด คงไว้ซึ่งความถูกต้องของผลงานวิชาการ และรักษามาตรฐานการดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของบทความที่ตีพิมพ์และรับรองคุณภาพของงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ตามมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับ

1.7 บรรณาธิการควรมีระบบที่ทำให้มั่นใจได้ว่าบทความที่ส่งเข้ามายังวารสาร จะได้รับการปกปิดเป็นความลับในระหว่างขั้นตอนการพิจารณาประเมิน

1.8 บรรณาธิการมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงวารสารอย่างสม่ำเสมอ และขอรับการประเมินมาตรฐานคุณภาพวารสารวิชาการ

1.9 บรรณาธิการมีหน้าที่ปกป้องมาตรฐานของทรัพย์สินทางปัญญาจากความต้องการทางธุรกิจ

1.10 บรรณาธิการมีหน้าที่จัดการต่อข้อร้องเรียน กรณีมีการร้องเรียนต้องร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษรไปที่บรรณาธิการโดยตรงก่อนในขั้นตอนแรกควรทำการร้องเรียนอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรต่อบรรณาธิการวารสารโดยตรงหากข้อร้องเรียนไม่ได้รับการแก้ไขเป็นที่น่าพอใจ ก็สามารถยื่นข้อร้องเรียนนั้นต่อคณะกรรมการต้นสังกัดของบรรณาธิการ

2. บทบาทหน้าที่ของผู้เขียน

2.1 บทความที่ผู้เขียนส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน

2.2 ผู้เขียนต้องทำการอ้างอิงให้ถูกต้องทุกครั้งเมื่อนำผลงานของผู้เียนมานำเสนอหรืออ้างอิงประกอบในเนื้อหาบทความของตนเอง และต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้เียน

2.3 หากผลงานทางวิชาการของผู้เขียนเกี่ยวข้องกับการใช้สัตว์ ผู้เข้าร่วม หรืออาสาสมัคร หรือผลการวิจัยมีประเด็นที่เปราะบางต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้เขียนควรดำเนินการตามหลักจริยธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

รวมถึงต้องได้รับความยินยอมก่อนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือแสดงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือในสัตว์ทดลองประกอบด้วยทุกครั้ง

2.4 ผู้นิพนธ์ต้องยินยอมให้สิทธิ์แก่วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในการเผยแพร่ผลงาน และไม่นำผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่นๆ หลังจากที่ได้รับการตอบรับการตีพิมพ์กับวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย แล้ว

2.5 ชื่อผู้นิพนธ์ที่ปรากฏในบทความต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในบทความนั้นๆ จริง

3. บทบาทหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

3.1 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ การพิจารณาคุณภาพของบทความต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความเป็นหลัก และพิจารณาบนหลักการและเหตุผลทางวิชาการโดยปราศจากอคติหรือความขัดแย้งส่วนตัว

3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องตระหนักว่าตนเองเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของบทความที่รับประเมินอย่างแท้จริง

3.3 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่แสวงหาประโยชน์จากบทความที่ตนเองได้ทำการประเมิน

3.4 หากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพบว่าบทความที่รับประเมิน เป็นบทความที่คัดลอกผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที พร้อมแสดงหลักฐานประกอบที่ชัดเจน

3.5 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่วารสารกำหนด รวมถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความให้ผู้อื่นได้รับรู้

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Research and Development Journal, Loei Rajabhat University) เป็นวารสารที่นำเสนอผลงานบทความทางวิชาการ/บทความวิจัย/บทความวิทยานิพนธ์ที่หลากหลายสาขาวิชาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการจัดทำวารสาร ซึ่งกำหนดตีพิมพ์วารสาร 4 ฉบับ/ปี (รอบ 3 เดือน) บทความทางวิชาการ/บทความวิจัย/บทความวิทยานิพนธ์ที่จะตีพิมพ์ในวารสารต้องผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก และการประสานงานระหว่างผู้เขียนและผู้ทรงคุณวุฒิ ต้องได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการเท่านั้น ผู้ประสงศ์ส่งผลงานบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ลงในวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย สำหรับอาจารย์และพนักงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ต้องชำระค่าธรรมเนียมเรื่องละ 1,000 บาท และบุคคลภายนอก ต้องชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์เรื่องละ 2,000 บาท โดยส่งบทความผ่านระบบออนไลน์เท่านั้น ที่เว็บไซต์ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru> โดยกองบรรณาธิการได้กำหนดเนื้อหาการส่งบทความ เพื่อให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันดังต่อไปนี้

ส่วนประกอบของบทความ

1. บทความวิจัย/วิทยานิพนธ์

1.1 ชื่อเรื่อง ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.2 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ครบทุกคน โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียนที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน

1.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทย)

1.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย สรุปเนื้อหาของบทความให้เข้าใจถึงที่มาของการทำวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย ผลที่ได้จากการวิจัย และการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ความยาวประมาณ 250 คำ

1.3.2 คำสำคัญภาษาไทย จำนวน 3 - 5 คำ (ไม่ใช่วลี หรือ ประโยค)

1.4 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ)

1.4.1 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับ บทคัดย่อภาษาไทย

1.4.2 คำสำคัญภาษาอังกฤษ แปลจากคำสำคัญภาษาไทย

1.4.3 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ต้องได้รับการตรวจทานภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญทางภาษาให้ถูกต้องก่อนการส่งบทความขอตีพิมพ์ในวารสาร

1.5 เนื้อเรื่อง

1.5.1 ความเป็นมาของปัญหา ให้อธิบายถึงเหตุผล และชี้ให้เห็นความสำคัญของงานวิจัยที่ทำ

1.5.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย ให้ระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ชัดเจน โดยบอกเป็นข้อๆ ตามลำดับความสำคัญ

1.5.3 วิธีดำเนินการวิจัย ให้ระบุประเภทการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล

1.5.4 ผลการวิจัย ให้แสดงผลจากการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจมีภาพประกอบ แผนภูมิ ตาราง หรือการสื่อในลักษณะอื่นๆ ที่ผู้อ่านดูแล้วเข้าใจ

1.5.5 อภิปรายผล อภิปรายให้ผู้อ่านเห็นความสัมพันธ์และความเป็นไปได้ของผลการศึกษา สนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎี เปรียบเทียบหรือตีความเพื่อเน้นความสำคัญของงานให้เข้าใจง่ายที่สุด

1.5.6 สรุปผลการวิจัย ข้อสรุปที่ได้จากการวิจัย ความยาวประมาณ 150 คำ

1.5.7 ข้อเสนอแนะ ให้แนะนำการนำผลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และแนะนำเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป

1.5.8 เอกสารอ้างอิง ให้ระบุชื่อเอกสารที่ใช้อ้างอิงในเนื้อหาบทความทั้งหมด โดยเรียงลำดับตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง (คนไทย) หรือ ตัวอักษรนามสกุลผู้แต่ง (คนต่างชาติ) และการอ้างอิงในเนื้อหาและท้ายบทความต้องสอดคล้องกัน ดังรูปแบบที่อธิบายไว้ในข้อ 3

2. บทความทางวิชาการ

2.1 ชื่อเรื่อง ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.2 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษให้ครบทุกคน โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียนที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน

2.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทย)

2.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย สรุปความเป็นมาของสิ่งที่นำเสนอ และสรุปภาพรวมทั้งหมดของบทความ ความยาวประมาณ 250 คำ

2.3.2 คำสำคัญภาษาไทย จำนวน 3 - 5 คำ (ไม่ใช่วลี หรือ ประโยค)

2.4 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ)

2.4.1 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับบทคัดย่อภาษาไทย

2.4.2 คำสำคัญภาษาอังกฤษ แปลจากคำสำคัญภาษาไทย

2.4.3 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ต้องได้รับการตรวจทานภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญทางภาษาให้ถูกต้องก่อนการส่งบทความขอตีพิมพ์ในวารสาร

2.5 เนื้อเรื่อง

2.5.1 ความนำ ควรประกอบด้วย

1) ความเป็นมาหรือภูมิหลังหรือความสำคัญของเรื่องที่นำเสนอ

2) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอบทความที่ต้องการให้อ่านทราบเรื่องอะไรบ้าง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับเรื่องหรือเนื้อหาของบทความ

3) ขอบเขตของเรื่องที่นำเสนอ ระบุกรอบในการอ่านโดยการเขียนขอบเขตเพื่อบอกให้อ่านทราบและเข้าใจตรงกัน

4) คำจำกัดความ ควรระบุไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านหากคำเหล่านั้นมีความหมายที่แตกต่างจากคำทั่วไป หรือคำที่ผู้อ่านอาจจะไม่เข้าใจความหมาย

2.5.2 เนื้อหา ต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2.5.3 บทสรุป ข้อสรุปประเด็นสำคัญที่ได้จากเนื้อหา/เนื้อเรื่อง ความยาวประมาณ 150 คำ

2.5.4 เอกสารอ้างอิง ให้ระบุชื่อเอกสารที่ใช้อ้างอิงในเนื้อหาบทความทั้งหมด โดยเรียงลำดับตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง (คนไทย) หรือ ตัวอักษรนามสกุลผู้แต่ง (คนต่างชาติ) และการอ้างอิงในเนื้อหาและท้ายบทความต้องสอดคล้องกัน

ข้อกำหนดในการเตรียมต้นฉบับ

ให้พิมพ์ต้นฉบับโปรแกรม Microsoft Word ชนิดอักษร Cordia New หรือ Cordia UPC แบบ 1 คอลัมน์ โดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ จำนวนหน้า 7-15 หน้า ขนาดกระดาษ A4 (210 x 297 mm) ระยะห่างจากขอบกระดาษด้านบน 2.1 ซม. ส่วนด้านล่าง ด้านซ้าย และด้านขวา มีระยะห่างจากขอบกระดาษด้านละ 2 ซม. การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง โดยมีรายละเอียดแต่ละรายการดังต่อไปนี้

1. **ชื่อเรื่อง** ขนาดตัวอักษร 17 ตัวหนา จัดไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
2. **ชื่อผู้เขียน** ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ เว้นขอบด้านขวาหน้ากระดาษ
3. **คำสำคัญ (Keywords)** หัวข้อหลักในฉบับบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา เนื้อหาของคำสำคัญ ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ปกติจัดชิดขอบกระดาษด้านขวา
4. **ชื่อหัวข้อหลักและรอง** หัวข้อหลักในฉบับบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์และหัวข้อย่อยให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์
5. **รูปแบบและตาราง** ชื่อตารางให้จัดวางบนตารางโดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา จัดให้ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์ ส่วนคำบรรยายรูปภาพจัดไว้ให้อยู่ใต้รูปภาพ
6. **ความห่างระหว่างข้อความ** การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง กรณีที่ขึ้นหัวข้อใหม่ (หัวข้อหลัก) ให้กด Enter 2 ครั้ง กรณีที่ขึ้นหัวข้อใหม่ (หัวข้อย่อย) ให้กด Enter 1 ครั้ง

การอ้างอิงเอกสาร

1. การลงรายการอ้างอิงในเนื้อเรื่อง

ให้ใช้ระบบนาม-ปี ทั้งผู้แต่งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยแยกเป็น

- 1.1 ข้อมูลนาม-ปี **อยู่หน้าข้อความ** ชื่อผู้เขียนเป็นส่วนหนึ่งของข้อความ ใส่ปีพิมพ์ไว้ในวงเล็บ ตามรูปแบบ

ชื่อ – สกุล (ปีพิมพ์) / Surname (Date) โดยไม่ต้องใส่เลขหน้า ยกเว้นการอ้างอิงแบบคัดลอกข้อความในเครื่องหมายอัญประกาศ (“ ”) เท่านั้น

ในกรณีที่ผู้แต่งมีจำนวนผู้แต่ง 3 คนให้ลงชื่อทุกคน มีคำว่า “และ” (“and” ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) เชื่อมคนสุดท้าย และคั่นแต่ละคนด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ส่วนในกรณีที่ผู้แต่ง 4 คนขึ้นไป ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก และคำว่า “และคณะ” (“et al.” ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) ต่อท้าย นอกจากนี้ การอ้างอิงงานเดียวกันที่มีผู้แต่งตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป หลังการอ้างอิงครั้งแรกไปแล้ว ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก และคำว่า “และคณะ” (et al. ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) ต่อท้าย เช่น

ชื่อผู้แต่ง	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งแรก)	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)	ภาษาอังกฤษ	ภาษาอังกฤษ (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)
1 คน	วันทนา ทับทิม (2552)	วันทนา ทับทิม (2552)	Brown (2009)	Brown (2009)
2 คน	วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี (2552)	วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี (2552)	Smith and Brown (2009)	Smith and Brown (2009)
3 คน	วันทนา ทับทิม, สมใจ พิมพ์ และอุษา งามดี (2553)	วันทนา ทับทิม และคณะ (2553)	Smith, Bradley, and Brown (2011)	Smith et al. (2011)
≥ 4 คน	วันทนา ทับทิม และคณะ (2552)	วันทนา ทับทิม และคณะ (2552)	Smith et al. (2009)	Smith et al. (2009)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช., 2555)	วช. (2555)	National University of Singapore (NUS, 2015)	NUS (2015)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (ไม่มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (2560)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (2560)	Loei Rajabhat University (2003)	Loei Rajabhat University (2003)

1.2 ข้อมูลนาม-ปี อยู่ท้ายข้อความ ชื่อผู้เขียนไม่ได้อยู่ในข้อความที่อ้าง ใส่ชื่อผู้แต่งและปีพิมพ์ คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ไว้ในวงเล็บ วางไว้ท้ายข้อความที่อ้าง เช่น

ชื่อผู้แต่ง	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งแรก)	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)	ภาษาอังกฤษ	ภาษาอังกฤษ (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)
1 คน	(วันทนา ทับทิม, 2552)	(วันทนา ทับทิม, 2552)	(Brown, 2009)	(Brown, 2009)
2 คน	(วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี, 2552)	(วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี, 2552)	(Smith and Brown, 2009)	(Smith and Brown, 2009)
3 คน	(วันทนา ทับทิม, สมใจ พิมพา และอุษา งามดี 2553)	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2553)	(Smith, Bradley, & Brown, 2011)	(Smith et al., 2011)
≥ 4 คน	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2552)	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2552)	(Smith et al., 2009)	(Smith et al., 2009)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	(สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ [วช.], 2555)	(วช., 2555)	(National University of Singapore [NUS], 2015)	(NUS, 2015)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (ไม่มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(Loei Rajabhat University, 2003)	(Loei Rajabhat University, 2003)

2. การอ้างอิงเอกสารทุติยภูมิ (อ้างถึงใน)

ในกรณีที่เป็นกรอ้างอิงถึงงานที่ถูกอ้างอิงอยู่ในงานเขียนอื่น และประสงค์จะอ้างอิงงานนั้นด้วย ให้ใส่ข้อความเพิ่มว่า อ้างถึงใน ชื่อผู้แต่งงานเขียนแหล่งที่ 2 ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค และปีพิมพ์ สำหรับภาษาอังกฤษใช้ as cited in secondary source author, year และลงรายละเอียดของเอกสารทุติยภูมิในอ้างอิงท้ายบทความ เช่น

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (อ้างถึงใน พนม คลีฉายา, 2542)

Allport's diary (as cited in Nicholson, 2003).

3. การลงรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (Reference)

ใช้การลงรายการอ้างอิงตามรูปแบบของ APA (American Psychological Association 6th edition) ระบุเฉพาะรายการที่ถูกอ้างอิงในเนื้อหาของบทความเท่านั้น โดยให้เรียงลำดับเอกสารตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง (กรณีภาษาไทย) หรือ นามสกุลของผู้แต่ง (กรณีภาษาอังกฤษ) และเรียงเอกสารภาษาไทยไว้ก่อนภาษาอังกฤษ แสดงการลงรายการเพื่อเป็นตัวอย่างดังนี้

3.1 หนังสือทั่วไป (อ้างอิงทั้งเล่ม)

3.1.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์ ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

3.1.2 ฉบับพิมพ์ มีบรรณานิการ

ชื่อผู้แต่ง (บรรณานิการ). (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์ ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

3.1.3 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์ ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

ศักดิ์ดา ดาตวง. (2551). เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อชีวิต (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

มัญชุสา วัฒนพร (บรรณานิการ). (2542). คู่มือการจัดและตกแต่งสวนในบ้าน (พิมพ์ครั้งที่ 8, เล่ม 2). กรุงเทพฯ: บ้านและสวน.

วีระชัย ณ นคร. (2556). สารานุกรมเรื่องหญ้าแฝก (พิมพ์ครั้งที่ 7). สืบค้นจาก <http://ebook.lib.ku.ac.th/item /2/20170123>

Hogue, A. (2008). *First steps in academic writing* (2nd ed.). NY: Pearson Education.

Chen, A., & Xu, K. (Eds). (2011). *Fabulous furniture*. Hong Kong: Artpower.

Sarrazin, N. (2016). *Music and the Child*. Retrieved from <http://textbooks.opensuny.org/music-and-the-child/>

3.2 บทความหรือบทในหนังสือ

ชื่อผู้แต่งบทความหรือบท. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความหรือบท. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ), ชื่อหนังสือ (หมายเลขหน้าที่ปรากฏบทความ). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

สุปราณี แจ่มบำรุง. (2546). ปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำวัน. ใน สุปราณี แจ่มบำรุง และคณะ (บรรณาธิการ), *ปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำสำหรับคนไทย พ.ศ. 2546* (น. 21-26). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).

Haybron, D.M. (2008). Philosophy and the science of subjective well-being. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *The science of subjective well-being* (pp. 17-43). New York, NY: Guilford Press.

3.3 หนังสือแปล

ชื่อผู้แต่งต้นฉบับ. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่องที่แปล [ชื่อต้นฉบับ] (ชื่อผู้แปล, แปล). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. หรือ พ.ศ.)

ตัวอย่าง

แบร์รี สมาร. (2555). *มิเชล ฟูกูต์* [Michel Foucault] (จามะรี เชียงทอง และ สุนทร สราญจิต, แปล). กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. 1994).

3.4 บทความวารสาร

3.4.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

3.4.2 ออนไลน์ (มีรหัส DOI – Digital Object Identifier)

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ. doi:xx.xxxx

3.4.3 ออนไลน์ (ไม่มีรหัส DOI ให้ลิง URL ของวารสาร)

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ. สืบค้นจาก <http://www.xxxx>

ตัวอย่าง

ปิยะวิทย์ ทิพรส. (2553). การจัดการป้องกันและลดสารให้กลิ่นโคลน Geosmin ในผลิตภัณฑ์แปรรูปสัตว์น้ำ. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 24(72), 103-119.

จรรยาลักษณ์ สิริกุลนฤมิตร, และภิญญาดา เมธารมณ. (2561). องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการสร้างความนิยมเพลงเกาหลีในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 41(157), 1-20. doi: 10.14456/jba.2018.5

- ดิเรก หงษ์ทอง. (2558). พงศาวดารเขมรใน “นิพนธ์วังหน้า”: ความสำคัญต่อการตีความชีวิตของเจ้านายเขมรพลัดถิ่นในสยาม. *วารสารอาารยธรรมศึกษาโขง-สาละวิน*, 6(1), 203-222. สืบค้นจาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jnuks/index>
- Siriwongworawat, S. (2003). Use of ICT in Thai libraries: An overview. *Program*, 37(1), 38-43.
- Samorna, S. (2013). Social movements against gold mining. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 88(2013), 299-305. doi:10.1016/j.sbspro.2013.08.509
- Kramanon, R., & Gray, R. (2015). Differentials in happiness among the young old, the middle old and the very old in Thailand. *Journal of Population and Social Studies [JPSS]*, 23(2), 180-192. Retrieved from <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jpss/article/view/102342>

3.5 วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ และดุฎิณิพนธ์

3.5.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีพิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ (วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาดุฎิณิบัณฑิต). ชื่อสถาบันที่จบ, เมืองของสถาบันที่จบ.

3.5.2 จากฐานข้อมูลที่สถาบันบอกรับ คลังข้อมูลสถาบัน ฐานข้อมูลพาณิชย์ และเว็บไซต์ส่วนบุคคล

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีพิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ (วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาดุฎิณิบัณฑิต, ชื่อสถาบัน, เมือง, ประเทศ). สืบค้นจาก ระบุชื่อฐานข้อมูล หรือ <http://www.xxxxxxx>. (หมายเลขประจำรายการ - ถ้ามี)

ตัวอย่าง

- เข้มทอง ศิริแสงเลิศ. (2540). การวิเคราะห์ระบบประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุฎิณิบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กฤษดี ปิยะวัฒนะนนท์. (2546). โครงสร้างเงินทุนของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ). สืบค้นจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- จรัล ชุ่มจิตต์วัฒน์. (2548). กลวิธีการถ่ายทอดทางสังคมขององค์การที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันในองค์การสำหรับพนักงานสถาบันการเงินพิเศษของรัฐ (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุฎิณิบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <http://library.swu.ac.th>
- Nickels, D. W. (2005). *The relationship between IT-business alignment and organizational culture: An exploratory study* (Unpublished doctoral dissertation). University of Memphis, Memphis, TN.
- Li, S. (2000). *Network traffic control and bandwidth management in Internet: A differentiated services case study* (Master's thesis). Retrieved from ProQuest Dissertation and Theses database. (AAT MQ64392)
- DiNicola, M.D. (2004). *Pathological Internet use among college students: The prevalence of Pathological Internet use and its correlates* (Doctoral dissertation). Retrieved from <http://www.ohiolink.edu/etd>

3.6 รายงาน รายงานการวิจัย

ชื่อผู้วิจัย. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (รายงานการวิจัย). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

ยุวลักษณ์ เวชวิทยาลัง. (2550). รายงานการวิจัยเรื่อง *ความต้องการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรบุคคลในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

Huguet, J. W., & Chamrathirong, A. (Eds.). (2011). *Thailand migration report: Migration for development in Thailand: Overview and tools for policy makers*. Retrieved from http://publications.iom.int/bookstore/free/tmr_2011.pdf

3.7 เอกสารประกอบการนำเสนอในที่ประชุม สัมมนา รายงานการประชุม

3.7.1 บทความที่เผยแพร่ในรายงานการประชุม

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณานุกรม (บรรณานุกรม), ชื่อหัวข้อกลุ่มนำเสนอ (หน้าที่ปรากฏบทความ). doi หรือ ชื่อการประชุม, เมืองที่จัดการประชุม.

3.7.2 บทความออนไลน์ของบทความที่นำเสนอในที่ประชุม

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, เดือน). ชื่อบทความ. บทความนำเสนอในการประชุม..., สถานที่จัดการประชุม. บทความสืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

3.7.3 บทความ/โปสเตอร์นำเสนอในงานประชุมที่ไม่มีการตีพิมพ์เผยแพร่เป็นทางการ

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, เดือน). ชื่อบทความ. บทความ หรือ โปสเตอร์นำเสนอในการประชุม..., สถานที่จัดการประชุม.

ตัวอย่าง

สุภัทตร์ ปัญญา, และสมชาย อารยพิทยา. (2560). การพัฒนาฐานข้อมูลสมุนไพรในตำรายาหมอพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน. ใน สำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้, *รายงานการประชุมวิชาการ ประจำปี 2560 มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ภาคบรรยาย* (น. 592-603). การประชุมวิชาการ ประจำปี 2560 มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

Mo, L., และจิตรลดา แสงปัญญา. (2560, พฤษภาคม). *ปัญหาครอบครัวในสังคมไทย: ภาพสะท้อนจาก นวนิยายไทย ช่วง พ.ศ. 2508-2557*. บทความนำเสนอ ณ โครงการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5: "งานวิชาการรับใช้สังคม" ในโอกาสครบรอบ 25 ปี ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, สมุทรปราการ. บทความสืบค้นจาก <https://hcuconf.hcu.ac.th/download/2017/hcu-conference-2017-abstract-pdf.pdf>

กุลศิริ เตียนศรี, และธัชมา พงศ์พิทักษ์ดำรง. (2557, พฤศจิกายน). *How to approach to abnormal pain in children*. บทความนำเสนอ ณ การประชุมวิชาการประจำปี 2557: สุขภาพดีสมัย อนาคตแม่และเด็กในยุค AEC, นครราชสีมา.

Katz, I., Gabayan, K., & Aghajan, H. (2007). A multi-touch surface using multiple cameras. In J. Blanc-Talon, W. Philips, D. Popescu, & P. Scheunders (Eds.), *Lecture Notes in Computer Science: Vol. 4678. Advanced Concepts for Intelligent Vision Systems* (pp. 97-108). doi: 10.1007/978-3-540-74607-2_9

Liu, S. (2005, May). *Defending against business crises with the help of intelligent agent based early warning solutions*. Paper presented at the Seventh International Conference on Enterprise Information Systems, Miami, FL. Abstract retrieved from http://www.iceis.org/iceis2005/abstracts_2005.htm

Brown, S., & Caste, V. (2004, May). *Integrated obstacle detection framework*. Paper presented at the IEEE Intelligent Vehicles Symposium, Detroit, MI.

3.8 บทความในหนังสือพิมพ์

3.8.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

3.8.2 ออนไลน์

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์. สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

3.8.1 กรณีไม่ปรากฏชื่อผู้เขียนบทความ

ชื่อบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

ชื่อบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อหนังสือพิมพ์. สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2560, 16 พฤศจิกายน). มหาวิทยาลัยนวัตกรรม. *เดลินิวส์*, น. 8.

ชนัดดา ชินะโยธิน. (2561, 18 ธันวาคม). คู่กับทูตโปแลนด์ ผู้ที่เคย Backpack มาเที่ยวไทย เพราะหลงใหลวิถีชีวิต-ผู้คน และการฝึกความอดทนกับสภาพจราจร. *มติชนสุดสัปดาห์*. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/column/article_156170

รื้อฟื้น! อัตลักษณ์ชุมชน ทายาทผ้าขาวม้าไทย สร้างผลิตภัณฑ์ระดับห้าดาว!. (2561, 19 ธันวาคม). *ผู้จัดการรายวัน*, น. 5.

Leesa-nguansuk, S., & Sritama, S. (2018, May 25). EU data privacy laws creating local waves. *Bangkok Post*, p. B3.

Judd, J. (2018, December 17). On International Migrants Day, a sea change for Thai fishing?. *The Nation*. Retrieved from <http://www.nationmultimedia.com/detail/opinion/30360513>

Bangkok tops Agoda's 2018 list of Asian destinations. (2018, December 11). *The Nation*. Retrieved from <http://www.nationmultimedia.com/detail/thailand/30360181>

3.9 เว็บไซต์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์, วันที่ เดือน). ชื่อบทความ. สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

เนื่อแพร เล็กเฟื่องฟู, วรประภา นาควัชร, และปภัสนร์ แสงสุขสันต์. (2560, 2 มิถุนายน). Big Data บอกอะไรได้บ้างเกี่ยวกับตลาดแรงงานไทย. สืบค้นจาก <https://www.pier.or.th/?abridged=big-data-บอกอะไรได้บ้างเกี่ยวกับตลาดแรงงานไทย>

Koh, D. (2018, November 4). Spreading digital health initiatives in Thailand with the Khon Kaen Health project. Retrieved from <https://www.healthcareitnews.com/news/spearheading-digital-health-initiatives-thailand-khon-kaen-smart-health-project>

3.10 ผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์. (ปีที่ให้สัมภาษณ์, วันที่ เดือน). ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์ (ถ้ามี). [สัมภาษณ์]

ตัวอย่าง

สุขสรรค์ ทองดี. (2560, 2 มิถุนายน). ผู้จัดการร้าน ดี ดี จำกัด. [สัมภาษณ์]

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

234 ถนนเลย-ชัยนาท ต.เมือง อ.เมือง จ.เลย 42000

Research and Development Institute, Loei Rajabhat University

234 Loei-Chiangkan Road, T.Muang A.Muang, Loei 42000

Tel. 0-4283-5223-8 ext 41141-2, 0-4280-8000 ext 51143 Fax 0-4281-1143

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru>,

E-mail: research_lru@hotmail.com