



# Research and Development Journal Loei Rajabhat University (Online)

วารสารวิจัยและพัฒนา  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Online)



VOL 20, NO 74, October - December 2025

ปีที่ 20 ฉบับที่ 74 ตุลาคม - ธันวาคม 2568



## วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Research and Development Journal, Loei Rajabhat University

ปีที่ 20 ฉบับที่ 74 เดือนตุลาคม – ธันวาคม 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

ผศ.ดร.ภาณุมาศ พรหมเทศ

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผศ.ดร.สุพรรณิ พุกษา

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ

### ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Reviews)

ผศ.ดร.กุลนันท์ ศรีพงษ์พันธุ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

รศ.ดร.กฤตพา แสนชัยธร

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.ดลฤทัย โกววรรณะกุล

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

รศ.ดร.นพมาศ สุวชาติ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.เมษธาวิณ พลโยธี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.เพชรศรี นนทศิริ

มหาวิทยาลัยนเรศวร

รศ.ดร.ศาสตรา เหล่าอรรคะ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผศ.ดร.ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

ผศ.ดร.รัตนา สีดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

รศ.ดร.ณัฐ อมรภิญโญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ดร.สุชมาล กล้าแสงใส

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ผศ.ดร.ยศพร พลายโก

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

รศ.ดร.กนกกานต์ แก้วนุช

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผศ.ดร.จรรุพร มีทรัพย์ทอง

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

รศ.ไทยโรจน์ พวงมณี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผศ.ดร.พิชิต พระพินิจ  
ผศ.ดร.อัญชลี โทกะนุช

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

### กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง  
ผศ.ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง  
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์  
รศ.ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์  
ผศ.ดร.ไพโรจน์ นวลนุ่ม  
ผศ.ดร.อรทัย เลียงจินดาถาวร  
รศ.ดร.เอมอร แสนภูวา  
ผศ.จักรกฤษ สถาปนศิริ  
รศ.ดร.วีระกิตติ์ เสาร่ม  
รศ.ดร.รักชนก แสงภักดีจิต  
รศ.ดร.ขวัญฤดี พรชัยวิวัฒน์  
ผศ.ดร.วิภาวี กฤษณะภูติ  
รศ.ดร.โสวิทย์ บำรุงภักดี  
รศ.ดร.สุทธิชัย หล่อตระกูล  
รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม  
รศ.ดร.นัยนา อรรถนาทธร  
รศ.ดร.พรสวรรค์ ศิริภิญญาภรณ์  
ผศ.ดร.ยิ่งศักดิ์ คชโคตร

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี  
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ  
มหาวิทยาลัยนเรศวร  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

### บรรณาธิการ

ผศ.ดร.เนตรนภา พงษ์เพชร

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

### คณะทำงาน

ดร.วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล  
นางวิไลพร ยาขามป้อม  
นายธีรภัทร์ อนุชาติ  
ดร.วรรณวิสา ไพศรี  
นางสาวไหมคำ ต้นติปทุม

รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา  
รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา  
รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา  
หัวหน้างานวิจัยและพัฒนา  
หัวหน้างานสารสนเทศการวิจัย

## เจ้าหน้าที่ประจำวารสาร

นางสุพัตรา จันทร์รอด	นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวปรัดถกร พลตาหาญ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นายปริญญา จิตรโคตร	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นางสาวกมลศรี ราชวงษา	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นางสาวจิตรานนท์ วรรณพงษ์	นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา
นายธนพงษ์ สุทธาวีรัตน์	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 และผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดจนผู้อ่านที่ให้ความสนใจจนทำให้วารสารฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ปีที่ 20 ฉบับที่ 74 จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางวิชาการ หากมีข้อบกพร่องประการใด สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ยินดีน้อมรับคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป

กองบรรณาธิการ

## สารบัญ

## หน้า

โซลูชันข้าวไร่ โดยประยุกต์ใช้ตัวแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซลูชัน (SCOR Model) อำเภอ กาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดย อัมพวรรณ หนูพระอินทร์, เมธินี ศรีกาญจน์ และ สิริประภา จันทร์ดำ	1
ภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการ และความคุ้มค่าด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน โดย Huang Fengying, นภาพรพร เนตรประดิษฐ์	17
ตัวแบบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน โดย Zhou Qunying, ธนกร สิริสุคันธา และ สุรัชย์ กังวล	28
การเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตขั้นขั้นของกลุ่มสมุนไพรวงจังหวัดสุรินทร์ โดยใช้ตัวแบบองค์กรแห่ง การเรียนรู้ โดย ชนม์ณัฐชา กังวานศุภพันธ์, ธาวิณี มีเจริญ และ อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์	42
นวัตกรรมการพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก โดย ประเสริฐ โยธิดาร์, ปรีญา สมพีช, มรกต บุญศิริชัย และ ณัฐกานต์ ร่องทอง	57
ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย โดย วิไลพร ยาชามบ่อม, อัญชลี โภคะนุช และ จารุพร มีทรัพย์ทอง	69
การสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อสื่อสารอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทาง เชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง โดย เมธาวี จำเนียร, ตมิสา ทิพยะ และ จุรีภรณ์ นวนมุสิก	82

# โซ่อุปทานข้าวไร่ โดยประยุกต์ใช้ตัวแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน (SCOR Model) อำเภอภูพาน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## The Upland Rice Supply Chain through the Application of the Supply Chain Operations Reference (SCOR) Model: A Case Study of Kanchanadit District, Surat Thani Province

อัมพวรรณ นพประอินทร์<sup>1</sup> เมธิณี ศรีกาญจน์<sup>2\*</sup> สิริประภา จันทร์คำ<sup>3</sup>

Ampawan Nuprain<sup>1</sup> Mathinee Srikan<sup>2\*</sup> Siriprapa Jundum<sup>3</sup>

Corresponding Author's Email: Mathinee.sru@gmail.com

(Received: February 27, 2025; Revised: December 26, 2025; Accepted: December 29, 2025)

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบการดำเนินงานของโซ่อุปทานข้าวไร่ในอำเภอภูพาน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยประยุกต์ใช้แบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน (SCOR Model) 2) ประเมินประสิทธิภาพของโซ่อุปทานข้าวไร่ตามกรอบ SCOR Model และ 3) เสนอแนวทางการปรับปรุงกระบวนการโซ่อุปทานข้าวไร่อย่างเป็นระบบ การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มจากเกษตรกร ผู้ปลูกข้าวไร่จำนวน 18 ราย และผู้สนับสนุนการผลิต จำนวน 4 ราย รวมทั้งสิ้น 22 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพตามกรอบ SCOR Model ผลการวิจัยพบว่า โซ่อุปทานข้าวไร่มีข้อจำกัดสำคัญในทุกกระบวนการ โดยเฉพาะการขาดข้อมูลการวางแผนที่แม่นยำ คุณภาพปัจจัยการผลิตที่ไม่สม่ำเสมอ การผลิตที่ไม่มีมาตรฐาน การคัดเกรดและการส่งมอบที่ไม่เป็นระบบ ตลอดจนการไม่มีข้อมูลย้อนกลับระหว่างผู้ซื้อและผู้ผลิต ส่งผลให้เกิดความสูญเสียและต้นทุนสูงกว่าที่ควร ภาพรวมของปัญหาเชื่อมโยงกับการไหลของข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน และการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ยังไม่เป็นระบบ จากผลการประเมินประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการปรับปรุงกระบวนการโซ่อุปทานข้าวไร่ออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะวางระบบพื้นฐาน ระยะเพิ่มประสิทธิภาพ และระยะพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการผลิตและการส่งมอบ การรวมกลุ่มเกษตรกร และการสร้างช่องทางตลาดที่มั่นคง งานวิจัยนี้จึงเป็นกรอบเชิงปฏิบัติที่สามารถใช้ในการยกระดับประสิทธิภาพและความยั่งยืนของโซ่อุปทานข้าวไร่ในระดับชุมชน และสามารถประยุกต์ใช้กับสินค้าเกษตรชนิดอื่นในอนาคตได้ นอกจากนี้ งานวิจัยยังนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ในการประยุกต์ใช้ SCOR Model ในบริบทการปลูกข้าวไร่แซมสวนยางพารา ซึ่งช่วยเปิดเผยมุมมองของระบบได้อย่างชัดเจน และเสนอแนวทางพัฒนาที่นำไปใช้ได้จริงในระดับชุมชน ผลการศึกษานี้จึงสามารถเป็นกรอบในการยกระดับประสิทธิภาพและสร้างความยั่งยืนให้แก่โซ่อุปทานข้าวไร่ รวมถึงสามารถประยุกต์ใช้กับสินค้าเกษตรอื่นในอนาคตได้

**คำสำคัญ:** โซ่อุปทาน แบบจำลอง SCOR ข้าวไร่ สุราษฎร์ธานี

### Abstract

This study aimed to: 1) examine the operational structure of the upland rice supply chain in Kanchanadit District, Surat Thani Province by applying the Supply Chain Operations Reference (SCOR) model; 2) assess the performance of the upland rice supply chain based on the SCOR framework; and 3) propose systematic guidelines for improving the upland rice supply chain. This research employed a qualitative approach. Data were collected through in-depth interviews and focus group discussions with 18 upland rice farmers and 4 production-support stakeholders, yielding a total of 22 informants. The data were analyzed using qualitative content analysis based on the SCOR model. The findings revealed that the upland rice supply chain faced significant constraints across all SCOR processes. Major issues included a lack of accurate production planning information, inconsistent quality of production inputs, non-standardized production practices,

<sup>1,2</sup> อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

<sup>3</sup> คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

<sup>1,2</sup> Lecturers, Faculty of Management Sciences, Suratthani Rajabhat University

<sup>3</sup> Faculty of Humanities and Social Sciences, Suratthani Rajabhat University

inefficient grading and delivery processes, and the absence of feedback mechanisms between buyers and producers. These challenges resulted in production losses and higher-than-necessary costs. Overall, the problems were strongly associated with incomplete information flows and insufficient coordination among supply chain stakeholders. Based on the performance assessment, the study proposed a three-phase improvement framework consisting of a foundational system development phase, an efficiency enhancement phase, and a sustainable development phase. The proposed guidelines emphasize the development of a centralized information system, the establishment of standardized production and delivery practices, farmer group integration, and the creation of stable market channels. This research provides a practical framework for enhancing the efficiency and sustainability of the upland rice supply chain at the community level and can be applied to other agricultural products in the future. Moreover, the study contributes new knowledge by demonstrating the application of the SCOR model in the context of upland rice cultivation intercropped with rubber plantations, which clearly reveals systemic bottlenecks and offers actionable development strategies at the community level.

**Keywords:** supply chain, SCOR model, upland rice, Surat Thani province

## ความเป็นมาของปัญหา

ข้าวไร่เป็นพืชอาหารท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของชุมชนในภาคใต้มาช้านาน โดยเฉพาะในพื้นที่อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีการปลูกข้าวไร่แบบแซมในสวนยางพาราเพื่อเป็นแหล่งอาหารและรายได้เสริมของครัวเรือน โดยเฉพาะในช่วงที่ราคายางพารามีความผันผวน การปลูกข้าวไร่จึงเป็นทางเลือกสำหรับสร้างความมั่นคงทางอาหารและรายได้ให้แก่เกษตรกร อีกทั้งยังสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นในการใช้ประโยชน์พื้นที่เกษตรอย่างคุ้มค่า จากข้อมูลสำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี (กษจ.) (2563) พบว่า อำเภอกาญจนดิษฐ์มีพื้นที่ปลูกข้าวไร่กระจายอยู่ใน 7 หมู่บ้านของตำบลกรูด รวมประมาณ 850 ไร่ มีเกษตรกรผู้ปลูกจำนวน 95 ครัวเรือน ส่วนใหญ่เป็นการปลูกแซมในสวนยางพาราช่วงอายุ 1 – 3 ปี ให้ผลผลิตเฉลี่ย 250–300 กิโลกรัมต่อไร่ สร้างรายได้เสริมประมาณ 5,000–6,000 บาทต่อไร่ต่อฤดูกาลผลิต

อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจเบื้องต้นและการสนทนากับนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร สำนักงานเกษตรอำเภอกาญจนดิษฐ์ พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไร่ประสบปัญหาหลายประการในด้านการจัดการโซ่อุปทาน ได้แก่ 1) ด้านต้นทุนการผลิต ราคาปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 15–20 ในช่วงสองปีที่ผ่านมา เนื่องจากการจัดหาที่ไม่มีประสิทธิภาพและขาดอำนาจต่อรอง เกษตรกรจัดซื้อเป็นรายบุคคลในปริมาณน้อย ทำให้ต้นทุนต่อหน่วยสูง 2) ด้านการตลาด เกษตรกรประสบปัญหาราคาส่งผลผลิตผันผวนเนื่องจากขาดข้อมูลตลาดที่แม่นยำและขาดความเชื่อมโยงกับผู้ซื้อที่มั่นคง ส่งผลให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดได้ 3) ด้านการผลิต ปริมาณและคุณภาพผลผลิตไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากการวางแผนการผลิตที่ไม่เป็นระบบ และการควบคุมคุณภาพที่ไม่เป็นมาตรฐาน และ 4) ด้านการเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พบว่าการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้เกี่ยวข้องยังไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดปัญหาการประสานงานและการส่งมอบสินค้าที่ล่าช้า (เทศบาลตำบลกรูด, 2565) ปัญหาเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าเป็นผลจากการขาดระบบการจัดการโซ่อุปทานที่ครบวงจร ไม่ใช่ปัญหาเฉพาะกระบวนการใดกระบวนการหนึ่ง (รดาศา เนตรแสงสี และ พลกร วงศ์ลา, 2568) แต่เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ปัญหาดังกล่าวไม่ได้เป็นลักษณะเฉพาะของพื้นที่ศึกษานี้เท่านั้น แต่มีลักษณะสอดคล้องกับผลการศึกษางานวิจัยที่พบว่า เกษตรกรรายย่อยในระบบการผลิตพืชเศรษฐกิจของประเทศไทยยังเผชิญข้อจำกัดด้านการวางแผนการผลิต ต้นทุนการผลิต และการเข้าถึงข้อมูลตลาด ซึ่งสะท้อนข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของการจัดการห่วงโซ่อุปทานในระดับชุมชน (วิรัตน์ คงปิ่นนา, นาริรัตน์ สี่ระสาร และ บำเพ็ญ เขียวหวาน, 2568)

ด้วยเหตุนี้ การนำแบบจำลอง SCOR (Supply Chain Operations Reference Model) มาใช้ในการวิเคราะห์จึงมีความเหมาะสม เนื่องจาก SCOR Model เป็นเครื่องมือสากลที่ใช้ในการประเมินและพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานใน

โซ่อุปทานอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมกระบวนการหลัก 6 ด้าน ได้แก่ การวางแผน (Plan) การจัดหา (Source) การผลิต (Make) การส่งมอบ (Deliver) การส่งคืน (Return) และการสนับสนุน (Enable) (APICS, 2017) การประยุกต์ใช้ SCOR Model จะช่วยระบุจุดที่ทำให้ต้นทุนสูงผ่านกระบวนการจัดหาและผลิต ช่วยสร้างเสถียรภาพด้านราคาและรายได้ผ่านการวางแผนและการส่งมอบที่มีประสิทธิภาพ ช่วยปรับปรุงคุณภาพผลผลิตผ่านการควบคุมในกระบวนการผลิต และช่วยเชื่อมโยงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องผ่านการสนับสนุนและการจัดการข้อมูลที่เป็นระบบ นอกจากนี้ SCOR Model ยังช่วยให้มองเห็นภาพรวมของโซ่อุปทานทั้งหมดและความเชื่อมโยงของกิจกรรมต่างๆ อย่างชัดเจน

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าแม้จะมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับโซ่อุปทานข้าวในภาคใต้ เช่น การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรและสร้างมูลค่าเพิ่มในโซ่อุปทานข้าวจังหวัด Chantharat and Maikaensarn (2019) และการศึกษากระบวนการจัดการโซ่อุปทานและการกระจายสินค้าข้าวพันธุ์พื้นเมืองในระดับวิสาหกิจชุมชน เช่น กรณีข้าวไข่มดรินในอำเภอยะหริ่ง จังหวัดนครศรีธรรมราช Siputsuk, Taengklieng, and Kaewphiban (2019) แต่ส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นเฉพาะบางพื้นที่หรือพันธุ์ข้าว และยังไม่ได้ใช้ SCOR Model ครอบคลุมทั้ง 6 กระบวนการ อีกทั้งยังไม่มีงานวิจัยใดศึกษาข้าวไร้แซมในสวนยางพาราในอำเภอกาญจนดิษฐ์โดยตรง ซึ่งมีบริบทเฉพาะด้านพื้นที่เพาะปลูก ข้อจำกัด และรูปแบบการจัดการที่แตกต่างจากข้าวนาทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ

จากการประสานงานกับนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร สำนักงานเกษตรอำเภอกาญจนดิษฐ์ พบว่ายังไม่เคยมีการศึกษาโซ่อุปทานข้าวไร้แซมในพื้นที่แห่งนี้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะโซ่อุปทานของข้าวไร้แซมในสวนยางพารา ซึ่งมีความจำเป็นต้องได้รับการศึกษาเพื่อให้เห็นภาพรวมการดำเนินงานและปัญหาตลอดทั้งโซ่อุปทาน ตั้งแต่การจัดหาปัจจัยการผลิต การวางแผน การผลิต ไปจนถึงการส่งมอบให้ผู้บริโภค ดังนั้น จึงนำมาสู่คำถามการวิจัยสำคัญ คือ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไร้แซมในอำเภอกาญจนดิษฐ์มีการจัดการโซ่อุปทานอย่างไรเมื่อวิเคราะห์ด้วย SCOR Model ทั้ง 6 กระบวนการ และประสบปัญหาในกระบวนการใดบ้าง รวมถึงควรมีแนวทางพัฒนาในด้านใดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เพิ่มเสถียรภาพรายได้ และยกระดับคุณภาพผลผลิต ผลการศึกษาจากงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อเกษตรกร หน่วยงานรัฐ และผู้เกี่ยวข้องในการใช้ข้อมูลเพื่อวางแผนพัฒนาโซ่อุปทานข้าวไร้แซมในระดับชุมชนอย่างเป็นระบบ ส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่าย เพิ่มอำนาจต่อรอง และยกระดับศักยภาพการผลิตให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาแบบแผนการดำเนินงานของโซ่อุปทานข้าวไร้แซมในอำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยประยุกต์ใช้กรอบการวิเคราะห์ของ SCOR Model
2. ประเมินประสิทธิภาพของโซ่อุปทานข้าวไร้แซมในอำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามกรอบ SCOR Model
3. เสนอแนวทางการปรับปรุงกระบวนการโซ่อุปทานข้าวไร้แซมในอำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างเป็นระบบ

### การทบทวนวรรณกรรม

การจัดการโซ่อุปทานเป็นแนวคิดที่มีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับประสิทธิภาพของระบบการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตร เนื่องจากช่วยเชื่อมโยงกิจกรรมตั้งแต่การวางแผนการผลิต การจัดหาปัจจัยการผลิต การผลิต การกระจายสินค้า ไปจนถึงผู้บริโภค อย่างเป็นระบบ (Christopher, 2020) โดยเฉพาะในบริบทของเกษตรกรรายย่อยซึ่งมักเผชิญกับข้อจำกัดด้านทรัพยากร ความไม่แน่นอนของฤดูกาล และความผันผวนของตลาด การจัดการโซ่อุปทานจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างเสถียรภาพด้านรายได้ให้แก่เกษตรกร Food and Agriculture Organization of the United Nations, (FAO., 2022)

งานวิจัยที่ศึกษาโซ่อุปทานข้าวในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ชี้ให้เห็นว่า ปัญหาโซ่อุปทานมีลักษณะเชิงโครงสร้างที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะการขาดการวางแผนอย่างเป็นระบบ การไหลของข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน และการประสานงานที่จำกัดระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน (Chantharat and Maikaensarn, 2019) ปัญหาดังกล่าวส่งผลให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลการผลิตกับความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนระหว่างปริมาณ

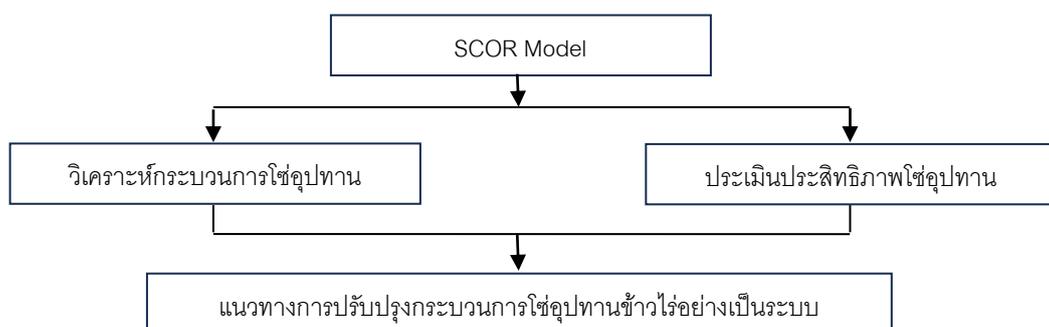
การผลิตกับอุปสงค์จริง ขณะเดียวกัน งานวิจัยเชิงกรณีของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตข้าวพันธุ์พื้นเมืองยังพบว่า การขาดมาตรฐานในการจัดการกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความแปรปรวนของคุณภาพผลผลิตและลดความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรรายย่อย (Siputsuk et al., 2019) ทั้งนี้ ปัญหาดังกล่าวสะท้อนถึงความจำเป็นในการบริหารจัดการการไหลของข้อมูล (Information Flow) ควบคู่กับการไหลของสินค้าและการเงิน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

เพื่อตอบโจทย์ปัญหาเชิงระบบดังกล่าว นักวิชาการได้พัฒนาแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน หรือ SCOR Model ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และสามารถอธิบายโครงสร้างและกระบวนการของโซ่อุปทานได้อย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมกระบวนการหลัก 6 ด้าน ได้แก่ การวางแผน (Plan) การจัดหา (Source) การผลิต (Make) การส่งมอบ (Deliver) การส่งคืนสินค้า (Return) และการสนับสนุนการดำเนินงาน (Enable) (APICS, 2017) จุดเด่นของ SCOR Model คือการช่วยเชื่อมโยงกิจกรรมในแต่ละกระบวนการเข้าด้วยกัน และทำให้สามารถมองเห็นผลกระทบที่ส่งต่อกันตลอดทั้งโซ่อุปทานได้อย่างชัดเจน

จากการประยุกต์ใช้ SCOR Model ในงานวิจัยด้านโซ่อุปทานสินค้าเกษตร พบว่าสามารถช่วยระบุจุดอ่อนและคอขวดของระบบได้อย่างเป็นระบบ งานวิจัยของ Baimai and Trongwattanawut (2018) แสดงให้เห็นว่า SCOR Model มีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ปัญหาในกระบวนการจัดหาและการส่งมอบของโซ่อุปทานข้าวอินทรีย์ ขณะเดียวกัน งานวิจัยด้านการผลิตข้าวในระดับประเทศยังสะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการวางแผนการผลิตและการจัดการข้อมูลการผลิตมีบทบาทสำคัญต่อประสิทธิภาพโดยรวมของระบบเกษตรกรรม โดยเฉพาะการเชื่อมโยงข้อมูลด้านพื้นที่เพาะปลูก ปริมาณผลผลิต และแนวโน้มการผลิตในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความมั่นคงด้านอาหารและประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานข้าว (AI Mamun et al., 2021) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นการวิเคราะห์เชิงสถิติในระดับมหภาค และขาดการเชื่อมโยงผลการวิเคราะห์ไปสู่การออกแบบแนวทางพัฒนาโซ่อุปทานเชิงกระบวนการอย่างเป็นระบบ

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว สามารถสังเคราะห์ได้ว่าปัญหาหลักของโซ่อุปทานข้าวไร้มีความเชื่อมโยงกันในทุกกระบวนการ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยเฉพาะประเด็นด้านการวางแผน การจัดหาปัจจัยการผลิต การควบคุมคุณภาพ การส่งมอบ และการสนับสนุนด้านข้อมูล ซึ่งล้วนสอดคล้องกับองค์ประกอบของ SCOR Model การวิจัยครั้งนี้จึงนำ SCOR Model มาใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อวิเคราะห์กระบวนการดำเนินงานของโซ่อุปทานข้าวไรในอำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างครบถ้วนทั้ง 6 กระบวนการ พร้อมทั้งประเมินประสิทธิภาพและปัญหาเชิงระบบในแต่ละกระบวนการ และเชื่อมโยงผลการวิเคราะห์ไปสู่การกำหนดแนวทางการปรับปรุงกระบวนการโซ่อุปทานข้าวไรอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัยที่พัฒนาขึ้นจึงสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการในโซ่อุปทานตาม SCOR Model กับผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพและความยั่งยืนของโซ่อุปทาน โดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงข้อมูล การกำหนดมาตรฐานการดำเนินงาน และการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกระดับของโซ่อุปทาน กรอบแนวคิดดังกล่าวเป็นฐานสำคัญในการวิเคราะห์เชิงลึกและนำไปสู่การเสนอแนวทางพัฒนาที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทของชุมชนเกษตรกรผู้ปลูกข้าวไร นำเสนอในภาพที่ 1



ภาพที่ 1: Conceptual Framework

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา (Case study) ร่วมกับแนวทางปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เพื่อทำความเข้าใจโซ่อุปทานข้าวไร่อย่างลึกซึ้งทั้งด้านกระบวนการผลิต การจัดหา การกระจายสินค้า และประสบการณ์ของผู้เกี่ยวข้อง โดยใช้แบบจำลอง SCOR Model เป็นกรอบวิเคราะห์หลัก เนื่องจากครอบคลุมกระบวนการสำคัญของโซ่อุปทานทั้ง 6 ขั้นตอน ได้แก่ Plan, Source, Make, Deliver, Return และ Enable ซึ่งเหมาะกับการศึกษากระบวนการทำงานจริงในพื้นที่ ขอบเขตการศึกษาเน้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทานข้าวไร่ในอำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามแนวคิดโครงข่ายโซ่อุปทานของ SCOR Model ซึ่งแบ่งเป็นต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ และผู้สนับสนุน ส่วนต้นน้ำประกอบด้วย Tier 1 Suppliers ได้แก่ ร้านค้าปัจจัยการผลิตและหน่วยงานรัฐที่สนับสนุนเกษตรกรโดยตรง และ Tier 2 Suppliers ได้แก่ ผู้จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และอุปกรณ์การเกษตรจากภายนอกพื้นที่ กลางน้ำ คือ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไร่ กลุ่มเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนที่รวบรวมและคัดแยกผลผลิต รวมถึงประสานงานด้านการตลาด ส่วนปลายน้ำประกอบด้วย Tier 1 Customers เช่น พ่อค้าคนกลาง และร้านค้าปลีก และ Tier 2 Customers ได้แก่ ผู้บริโภคชั้นสุดท้ายทั้งในและนอกพื้นที่ การวิจัยยังครอบคลุมผู้สนับสนุน (Enablers) ได้แก่ สำนักงานเกษตรอำเภอ ศูนย์วิจัยเมล็ดพันธุ์ข้าว องค์การบริหารส่วนตำบล และผู้นำชุมชน ซึ่งทำหน้าที่ให้ข้อมูลองค์ความรู้ และสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น การกำหนดผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตาม SCOR Model ช่วยให้สามารถมองเห็นความเชื่อมโยงของระบบโซ่อุปทานข้าวไร่ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ และวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางพัฒนาได้อย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับบริบทพื้นที่จริง

### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามหลักการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพของ Miles and Huberman (1994) โดยเลือกผู้ที่สอดคล้องกับคำถามวิจัย สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนปรากฏการณ์จริงได้อย่างน่าเชื่อถือ และไม่ขัดต่อหลักจริยธรรม จึงมุ่งคัดเลือกผู้ที่มีบทบาทโดยตรงในโซ่อุปทานข้าวไร่ทั้งด้านการผลิตและการสนับสนุน

ประชากรวิจัยประกอบด้วยเกษตรกรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการปลูกข้าวไร่ในอำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) เกษตรกรผู้ปลูกข้าวไร่ในตำบลกรูด จำนวน 2,781 ครัวเรือนใน 7 หมู่บ้าน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) และ 2) หน่วยงานสนับสนุน 4 แห่ง ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด ศูนย์วิจัยเมล็ดพันธุ์ข้าว องค์การบริหารส่วนตำบลกรูด และผู้นำชุมชน

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ให้สอดคล้องกับการวิเคราะห์ตามกรอบ SCOR Model โดยได้กลุ่มตัวอย่างรวม 22 ราย ประกอบด้วยเกษตรกร 18 ราย และผู้สนับสนุน 4 ราย ทั้งนี้ เกษตรกรต้องมียุทธศาสตร์ปลูกข้าวไร่อย่างน้อย 3 ปี และมีความรู้เกี่ยวกับการปลูกแบบแซมในสวนยางพารา ส่วนผู้สนับสนุนต้องเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและประสานงานด้านการผลิต นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลทุกคนต้องสมัครใจและพร้อมให้สัมภาษณ์เชิงลึกตามแบบกึ่งโครงสร้างที่กำหนด

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้างแบบคำถามปลายเปิด พัฒนาตามแนวคิดโซ่อุปทานและ SCOR Model แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลบริบทเกษตรกร กระบวนการโซ่อุปทาน ปัญหา/อุปสรรค และข้อมูลเพิ่มเติม แบบสัมภาษณ์ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) มีค่าเท่ากับ 1.00 และได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (RES-SRU 039/2020)

ผู้วิจัยพัฒนาโครงสร้างคำถามโดยกำหนดรหัส (Code) หัวข้อเรื่อง (Category) และหัวข้อหลัก (Theme) ตาม SCOR Model ก่อนนำไปใช้สัมภาษณ์เชิงลึกเกษตรกรรายบุคคล ใช้เวลา 20 – 40 นาที พร้อมการสังเกตภาคสนามในแปลงปลูก แหล่งจำหน่ายปัจจัยการผลิต จุดรวบรวมผลผลิต และจุดจำหน่าย เพื่อบันทึกข้อมูลเชิงประจักษ์ประกอบการวิเคราะห์ ภายหลังจาก

สัมภาษณ์ ผู้วิจัยถอดความและจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามรหัสที่กำหนด จากนั้นดำเนินการสนทนากลุ่มแบบเจาะจงกับเกษตรกร (8 – 10 คน ใช้เวลา 45 – 60 นาที) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และสรุปประเด็นตามองค์ประกอบทั้ง 6 ของ SCOR Model ซึ่งเป็นฐานข้อมูลสำหรับสังเคราะห์แนวทางพัฒนาโซ่อุปทานข้าวไร่อย่างเป็นระบบ

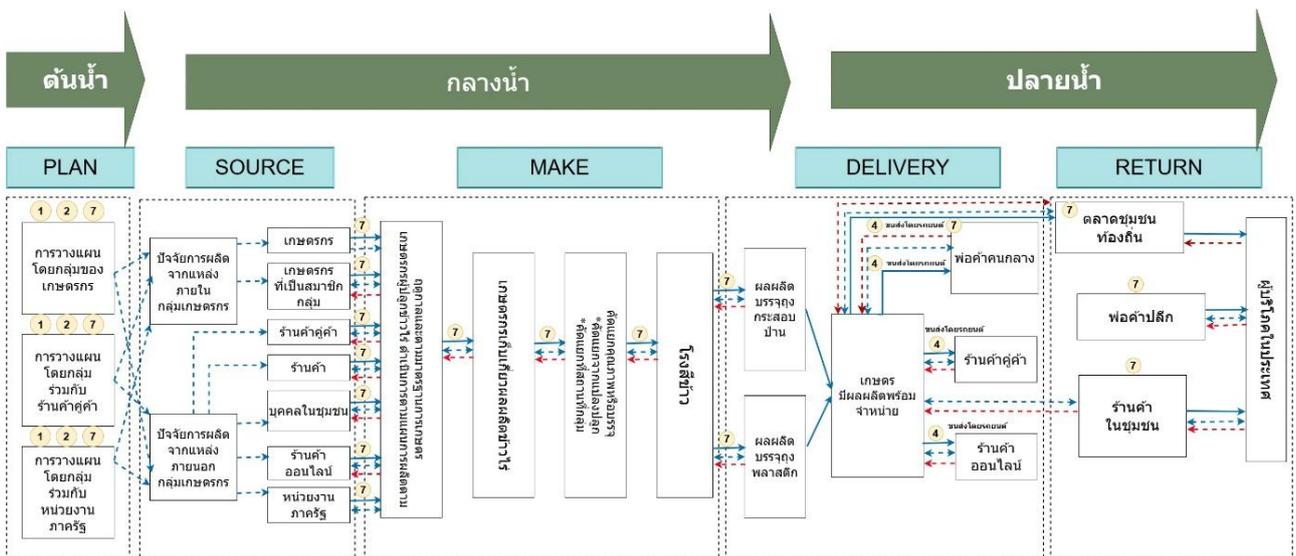
**4. การวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิค Directed Content Analysis ตาม Assarroudi et al. (2018) ซึ่งเหมาะกับงานที่มีกรอบแนวคิดชัดเจนอย่าง SCOR Model โดยผู้วิจัยถอดความข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม จากนั้นวิเคราะห์เพื่อระบุรหัส (Codes) หมวดหมู่ (Categories) และประเด็นหลัก (Themes) ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา ข้อมูลที่ได้ถูกจัดระเบียบและตีความตามโครงสร้างของโซ่อุปทานข้าวไร่ในพื้นที่ โดยแบ่งผลการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วน คือ 1) การอธิบายลักษณะและลำดับกิจกรรมของโซ่อุปทาน และ 2) การวิเคราะห์ปัญหาและข้อจำกัดในแต่ละกระบวนการของ SCOR ได้แก่ Plan, Source, Make, Deliver, Return และ Enable กระบวนการวิเคราะห์ดังกล่าวช่วยให้สามารถระบุจุดคอขวด ช่องว่างของการดำเนินงาน และปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นฐานในการสังเคราะห์ข้อเสนอแนวทางพัฒนาโซ่อุปทานข้าวไร่ต่อไป

**ผลการวิจัย**

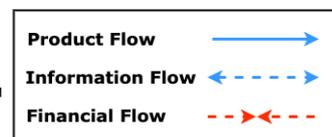
ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลสองวิธี ได้แก่ การตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญและโดยผู้ให้ข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญ 4 ท่านเสนอให้ปรับผังการไหลของงานโดยเพิ่มลูกศรสองทิศทางเพื่อสะท้อนการสื่อสารภายในโซ่อุปทาน ส่วนการตรวจสอบโดยผู้ให้ข้อมูลดำเนินการสนทนากลุ่มกับเกษตรกร 18 ราย ซึ่งยืนยันว่าข้อค้นพบสอดคล้องกับสภาพจริงและไม่มีข้อแก้ไขเพิ่มเติม ข้อมูลที่ได้รับการยืนยันแล้วถูกนำไปจัดทำผังโครงสร้างและกระบวนการไหลของโซ่อุปทานข้าวไร่อย่างเป็นระบบ ซึ่งนำเสนอในแผนภาพต่อไปนี้

**1. รูปแบบการดำเนินงานของโซ่อุปทานข้าวไร่ในอำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยประยุกต์ใช้กรอบการวิเคราะห์ของ SCOR Model**



ภาพที่ 2: Analysis of Upland Rice Supply Chain using SCOR Model

- 1 การวางแผนเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหา (Purchasing and Procurement Policy)
- 2 การวางแผนจัดหาปัจจัยการผลิต (Plan Source)
- 3 การวางแผนการผลิต (Plan Make)
- 4 การวางแผนการขนส่งของเกษตรกร (Plan Delivery)
- 5 การตรวจสอบตามมาตรฐานการผลิต
- 6 การบรรจุมูลค่าสั่งซื้อและบรรจุภัณฑ์
- 7 การตรวจสอบความถูกต้อง/จำนวน/ปริมาณ/คุณภาพ
- 8 การสนับสนุนการดำเนินงาน (Enable)



จากภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์โซ่คุณค่าในอำเภอภูพาน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยประยุกต์ใช้แบบจำลอง SCOR Model ทำให้สามารถมองเห็นความเชื่อมโยงของกิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำได้อย่างเป็นระบบ แผนภาพโซ่คุณค่าที่จัดทำขึ้นสะท้อนกิจกรรมทั้ง 6 กระบวนการของ SCOR ร่วมกับผู้เกี่ยวข้องหลายกลุ่มในพื้นที่ ซึ่งช่วยให้การวิเคราะห์มีความชัดเจนทั้งในเชิงโครงสร้างและการดำเนินงานจริงของเกษตรกรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

กระบวนการวางแผน (Plan) ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรยังขาดการจัดทำแผนการผลิตที่เป็นระบบ แม้ว่าตามแผนภาพจะระบุถึงกิจกรรมสำคัญที่ควรมี ได้แก่ 1) การวางแผนเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหา 2) การวางแผนจัดหาปัจจัยการผลิต 3) การวางแผนการผลิต และ 4) การวางแผนการขนส่งของเกษตรกร แต่จากข้อมูลภาคสนามพบว่ากิจกรรมเหล่านี้ยังดำเนินไปอย่างไม่เป็นทางการ เกษตรกรตัดสินใจด้านการผลิตตามประสบการณ์ส่วนบุคคล ขาดข้อมูลความต้องการตลาดรองรับ ขณะที่หน่วยงานสนับสนุนยังไม่มีบูรณาการข้อมูลร่วมกัน ส่งผลให้การวางแผนโซ่คุณค่าโดยรวมยังไม่เป็นทิศทางเดียวกัน

กระบวนการจัดหา (Source) เกษตรกรส่วนใหญ่จัดซื้อเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และสารเคมีจากร้านค้าปัจจัยการผลิตในพื้นที่แบบรายบุคคล ซึ่งทำให้มีต้นทุนสูงและคุณภาพไม่สม่ำเสมอ แผนภาพสะท้อนให้เห็นว่าการจัดหาปัจจัยการผลิตควรมีความเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกร ร้านค้า ศูนย์เมล็ดพันธุ์ และหน่วยงานภาครัฐ แต่จากผลการศึกษาพบว่า ยังไม่มีระบบรวมกลุ่มเพื่อจัดซื้อร่วมหรือระบบตรวจสอบย้อนกลับ ทำให้ Source ยังมีข้อจำกัดด้านต้นทุนและคุณภาพที่ส่งผลต่อขั้นตอน Make โดยตรง

กระบวนการผลิต (Make) ซึ่งเป็นหัวใจของโซ่คุณค่า พบว่า การปลูกข้าวไร่แซมในสวนยางยังอาศัยแรงงานครัวเรือน และไม่มีกำหนดมาตรฐานการผลิตหรือ SOP ส่งผลให้ผลผลิตมีความแปรปรวนอย่างมาก อย่างไรก็ตามแผนภาพแสดงให้เห็นกิจกรรมที่ควรมีในกระบวนการผลิต ได้แก่ การเตรียมพื้นที่ การจัดการวัชพืช การพัฒนาคุณภาพเมล็ด การเก็บเกี่ยว และการตรวจสอบตามมาตรฐานการผลิต (กิจกรรมที่ 5) แต่จากข้อมูลจริงพบว่า กิจกรรมเหล่านี้ยังดำเนินไปอย่างไม่เป็นระบบ และไม่มีเครื่องมือสนับสนุนที่เพียงพอ ทำให้คุณภาพผลผลิตยังไม่สม่ำเสมอ

กระบวนการส่งมอบ (Deliver) ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางหรือร้านค้าปลีก โดยไม่มีการคัดเกรด บรรจุภัณฑ์ หรือการจัดการสินค้าคงคลังอย่างชัดเจน แม้ในแผนภาพได้ระบุว่า Deliver ควรประกอบด้วยกิจกรรมการบรรจุตามคำสั่งซื้อและบรรจุภัณฑ์ (กิจกรรมที่ 6) รวมถึงการตรวจสอบความถูกต้องของจำนวน ปริมาณ และคุณภาพ (กิจกรรมที่ 7) แต่ในทางปฏิบัติกิจกรรมเหล่านี้ยังไม่เกิดขึ้นอย่างครบถ้วน ส่งผลให้เกษตรกรไม่สามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตได้ ก่อนที่จะส่งต่อสู่ผู้ค้าปลีก ร้านค้าออนไลน์ หรือผู้บริโภค

กระบวนการส่งคืน (Return) พบว่าการจัดการสินค้าที่ตีกลับจากผู้ซื้อยังไม่มีระบบรองรับ แม้ว่าจะพบปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นบางครั้ง แต่การจัดการยังเป็นลักษณะการตกลงกันเองระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยไม่บันทึกข้อมูลอย่างเป็นทางการ ส่งผลให้ไม่สามารถวิเคราะห์สาเหตุหรือวางมาตรการป้องกันได้อย่างมีประสิทธิภาพตามหลักของ SCOR

ท้ายที่สุด กระบวนการสนับสนุนการดำเนินงาน (Enable) ซึ่งตามแผนภาพสอดคล้องกับกิจกรรมที่ 8 พบว่าหน่วยงานสนับสนุน เช่น สำนักงานเกษตร ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าว และองค์การบริหารส่วนตำบล มีบทบาทในการให้ความรู้และสนับสนุนปัจจัยการผลิต แต่การสนับสนุนยังเป็นแบบรายกิจกรรมและไม่ต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังไม่มีระบบข้อมูลกลางของโซ่คุณค่าที่สามารถส่งผ่านข้อมูลระหว่างผู้เกี่ยวข้องได้อย่างเป็นระบบตามหลักการของ Information Flow ทำให้ผู้เกี่ยวข้องไม่สามารถใช้ข้อมูลเพื่อวางแผนการผลิตหรือการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากแผนภาพยังแสดงให้เห็นการไหลของกิจกรรมในโซ่คุณค่า 3 ลักษณะ ได้แก่ การไหลของสินค้า (Product Flow) การไหลของข้อมูล (Information Flow) และการไหลของการเงิน (Financial Flow) ซึ่งเป็นโครงสร้างสำคัญของโซ่คุณค่าสมัยใหม่ อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า แม้ Product Flow จะดำเนินไปได้ดี เนื่องจากเกษตรกรสามารถส่งมอบผลผลิตได้ตามฤดูกาล แต่ Information Flow และ Financial Flow ยังมีความบกพร่อง โดยเฉพาะการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้เกี่ยวข้องและการตรวจสอบต้นทุนอย่างเป็นระบบ ทำให้การไหลทั้งสองส่วนไม่เชื่อมโยงกันอย่างเต็มประสิทธิภาพตามที่ SCOR Model กำหนด

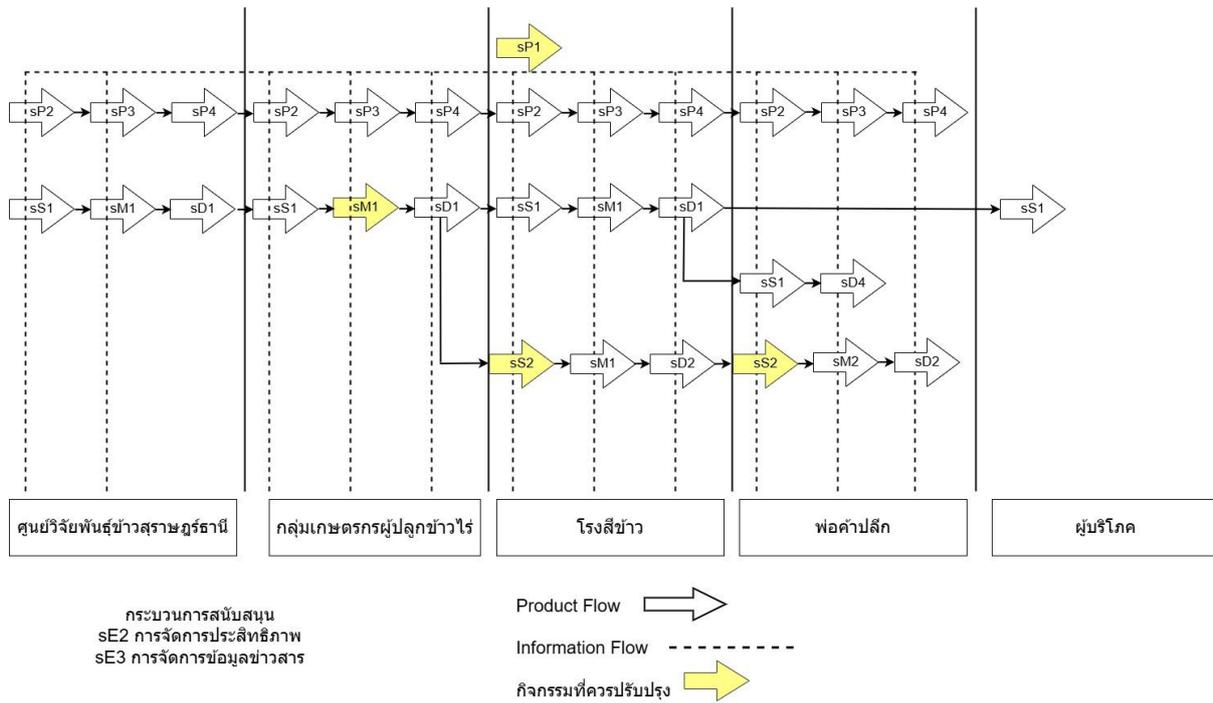
ภาพรวมของผลการวิเคราะห์พบว่า แม้โซ่อุปทานข้าวไร่ของอำเภอภูพานจังหวัดเลยจะสามารถดำเนินงานได้ในระดับชุมชน แต่ทุกกระบวนการยังขาดความเป็นระบบและความเชื่อมโยงที่ชัดเจน โดยเฉพาะกิจกรรมทั้ง 8 ด้านที่ปรากฏ ในแผนภาพ ซึ่งยังไม่ถูกดำเนินงานอย่างครบถ้วนตามหลักของ SCOR Model การวิเคราะห์นี้ช่วยให้เห็นจุดอ่อนในแต่ละขั้นตอนของโซ่อุปทานอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการพัฒนาแนวทางปรับปรุงประสิทธิภาพของโซ่อุปทานข้าวไร่อย่างเป็นระบบในลำดับต่อไป ทั้งนี้ สามารถวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในแต่ละกระบวนการของโซ่อุปทานข้าวไร่ ตามกรอบ SCOR Model นำเสนอในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปปัญหาโซ่อุปทานข้าวไร่ตามกระบวนการ SCOR Model

กระบวนการ SCOR	กระบวนการย่อย ที่เกี่ยวข้อง	ปัญหาที่พบจากการวิจัย	ผลกระทบต่อโซ่อุปทาน
Plan (การวางแผน)	sP2, sP3	- ขาดข้อมูลตลาดและข้อมูลความต้องการผู้บริโภค - การวางแผนผลิตอาศัยประสบการณ์ ไม่ใช่ข้อมูลจริง - ไม่มีระบบรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้วางแผนร่วมกันทุกฝ่าย	- ผลผลิตมากหรือน้อยเกินความต้องการ - ไม่สามารถวางแผนจัดหาปัจจัยการผลิตได้เหมาะสม - ต้นทุนการผลิตสูง
Source (การจัดหา)	sS1, sS2	- การจัดซื้อปัจจัยการผลิตเป็นรายบุคคลทำให้ต้นทุนสูง - คุณภาพเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และสารเคมีไม่สม่ำเสมอ - ไม่มีระบบจัดซื้อพร้อมแบบกลุ่มเกษตรกร	- คุณภาพผลผลิตไม่คงที่ - เกษตรกรมีต้นทุนต่อไร่สูง - ลดความสามารถในการแข่งขันของผลผลิต
Make (การผลิต)	sM1, sM2	- ขาดมาตรฐานการผลิต (ไม่มี SOP) - ไม่มีการตรวจสอบคุณภาพระหว่างการผลิต - แรงงานไม่เพียงพอ อาศัยแรงงานครัวเรือน - ขาดเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์สนับสนุน	- ผลผลิตมีความแปรปรวนสูง - คุณภาพไม่ตรงตามที่ต้องการ - สูญเสียผลผลิตระหว่างการผลิต
Deliver (การส่งมอบ)	sD1, sD2	- ไม่มีระบบคัดเกรดหรือบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน - การรวบรวมผลผลิตไม่มีระบบกลาง - ไม่มีการจัดการสินค้าคงคลังหรือวางแผนเส้นทางขนส่ง	- ราคาจำหน่ายต่ำ ไม่สามารถเพิ่มมูลค่า - การส่งมอบล่าช้า ไม่ตรงตามเวลา - คุณภาพลดลงระหว่างขนส่ง
Return (การส่งคืนสินค้า)	sR1	- ไม่มีระบบจัดการสินค้าคงคลังหรือข้อร้องเรียน - ข้อมูลการส่งคืนไม่ได้ถูกบันทึกหรือใช้วิเคราะห์ - การแก้ปัญหาขึ้นกับการตกลงส่วนบุคคล	- ไม่สามารถสืบหาสาเหตุข้อบกพร่อง (No root cause analysis) - ไม่สามารถพัฒนาคุณภาพผลผลิตรอบถัดไป
Enable (การสนับสนุนระบบ)	ระบบข้อมูล, ระบบวิเคราะห์	- ไม่มีระบบข้อมูลกลางเชื่อมระหว่างหน่วยงานและเกษตรกร - หน่วยงานรัฐสนับสนุนไม่ต่อเนื่องและไม่เป็นระบบ - เกษตรกรขาดข้อมูลต้นทุน-ผลตอบแทน	- ขาดข้อมูลประกอบการตัดสินใจทุกขั้นตอน - ไม่สามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์หรือประเมินความเสี่ยงได้ - ประสิทธิภาพโซ่อุปทานโดยรวมต่ำ

## 2. ประเมินประสิทธิภาพของโซ่อุปทานข้าวไร่นาในอำเภอภูผาจันทร์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ตามกรอบ SCOR Model

Model



ภาพที่ 3 : SCOR Level 2 Process Improvement Areas for Upland Rice Farmers

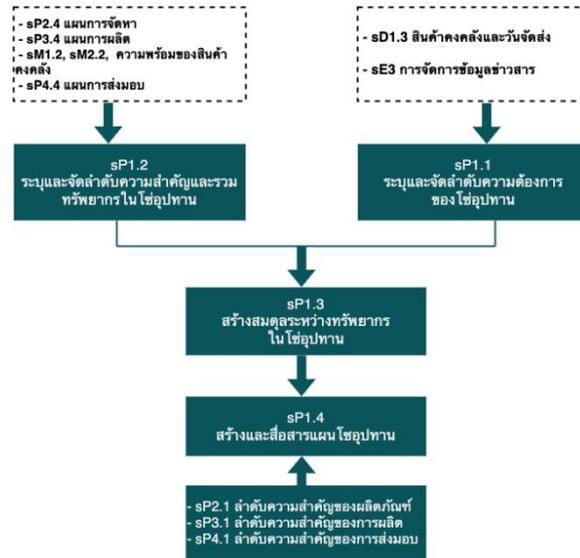
จากภาพที่ 3 แสดงกระบวนการไหลของงานในโซ่อุปทานข้าวไร่นาตามกรอบ SCOR Level 2 โดยครอบคลุมกิจกรรมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ ได้แก่ ศูนย์วิจัยเมล็ดพันธุ์ ร้านค้าปัจจัยการผลิต กลุ่มเกษตรกร โรงสีข้าว พ่อค้าคนกลาง และผู้บริโภค การจัดวางกระบวนการในผังแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของกิจกรรมในหมวด Plan – Source – Make – Deliver อย่างเป็นลำดับ พร้อมระบุตำแหน่งของกิจกรรมสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพของระบบ

ในระดับต้นน้ำ กระบวนการวางแผน (sP2-sP4) ของศูนย์วิจัยเมล็ดพันธุ์และร้านค้าปัจจัยการผลิตทำหน้าที่เป็นจุดเริ่มต้นของข้อมูลด้านปริมาณเมล็ดพันธุ์ คุณภาพปัจจัยการผลิต และการพยากรณ์ความต้องการเบื้องต้น อย่างไรก็ตาม ผังแสดงให้เห็นว่าการไหลของข้อมูลยังคงเป็นแบบทิศทางเดียวจากต้นน้ำไปสู่กลุ่มเกษตรกร โดยขาดข้อมูลย้อนกลับ (Feedback Loop) จากผู้ผลิตและผู้ซื้อปลายทาง ส่งผลให้เกษตรกรไม่สามารถวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่และความต้องการตลาดที่แท้จริง ซึ่งเป็นปัญหาเชิงระบบที่พบในกระบวนการ sP2 และ sP3

สำหรับระดับกลางน้ำ ซึ่งครอบคลุมกระบวนการผลิตของเกษตรกร (sM1) และกระบวนการแปรรูปและจัดส่งของโรงสี (sM2 และ sD1) พบว่า บทบาทของกิจกรรมเหล่านี้ยังไม่สมบูรณ์ตามมาตรฐาน SCOR Model โดยเฉพาะในขั้นตอนการผลิต การคัดเกรด และการจัดส่งสินค้า ผังแสดงการไหลของงานที่ซ้อนทับกันในหลายจุด สะท้อนให้เห็นความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพผลผลิตและความล่าช้าในบางช่วงของกระบวนการ ซึ่งเป็นผลจากการขาดมาตรฐานการผลิตและการตรวจสอบคุณภาพที่เป็นระบบ

ในระดับปลายน้ำ กระบวนการจัดหาและกระจายสินค้า (sS2 และ sD4) ของพ่อค้าคนกลางเชื่อมสู่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นจุดที่ความต้องการสินค้าควรไหลกลับไปยังเกษตรกรและโรงสีเพื่อใช้ปรับแผนการผลิต แต่จากผังพบว่าไม่มีทิศทางข้อมูลย้อนกลับที่ชัดเจน ทำให้เกิดช่องว่างของข้อมูลตลาดและไม่สามารถปรับปริมาณการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการได้ กระบวนการสำคัญในจุดนี้ เช่น sS2 ซึ่งระบุด้วยสัญลักษณ์รูปสามเหลี่ยมสีเหลือง จึงเป็นตำแหน่งที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดคอขวด (Bottleneck) หากไม่มีระบบการสื่อสารข้อมูลที่เพียงพอ

โดยสรุป ผัง SCOR Level 2 นี้ช่วยให้เห็นภาพรวมของการเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมต่างๆ ในโซ่อุปทานข้าวไร่อย่างชัดเจน ทั้งยังระบุตำแหน่งที่กิจกรรมสำคัญไม่สามารถดำเนินการได้ครบถ้วน ส่งผลให้เกิดความสูญเสีย ความล่าช้า และคุณภาพผลผลิตที่ไม่สม่ำเสมอ การวิเคราะห์นี้จึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการเสนอแนวทางพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนของโซ่อุปทาน ซึ่งสามารถวางแผนกระบวนการตามกรอบ SCOR Model นำเสนอในภาพที่ 4



ภาพที่ 4: Supply Chain Planning of Upland Rice Farmers

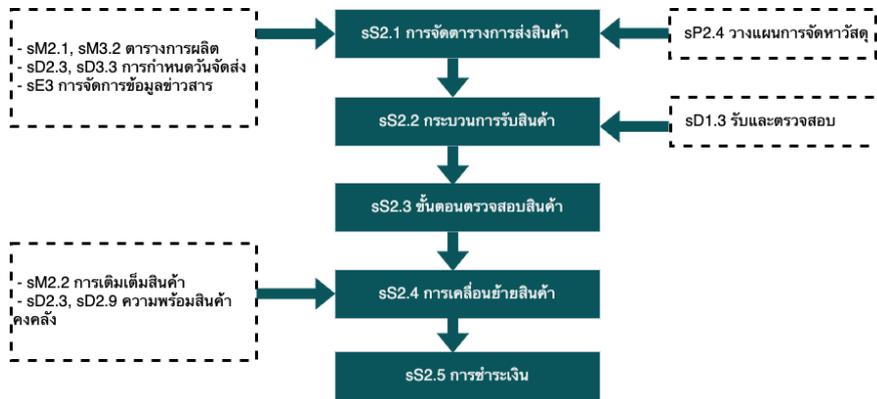
จากภาพที่ 4 นำเสนอขั้นตอนการวางแผนภายใต้กรอบ SCOR Model ระดับที่ 2 ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการสำคัญ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การระบุและจัดลำดับความต้องการของโซ่อุปทาน (sP1.1) การระบุทรัพยากรที่จำเป็นในระบบ (sP1.2) การสร้างสมดุลระหว่างทรัพยากรและความต้องการ (sP1.3) และการสื่อสารแผนไปยังผู้ปฏิบัติในห่วงโซ่อุปทาน (sP1.4) โครงสร้างดังกล่าวสะท้อนแนวคิดหลักของ SCOR ที่มุ่งเน้นความเชื่อมโยงและการประสานงานของข้อมูลระหว่างผู้เกี่ยวข้องทุกระดับ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ

ในส่วนของข้อมูลสนับสนุนการวางแผน ได้แก่ แผนการจัดการ แผนการผลิต ความพร้อมของทรัพยากร ระดับสินค้าคงคลัง และข้อมูลการจัดส่ง ซึ่งควรถูกนำมาประกอบการพิจารณาในทุกขั้นตอนของกระบวนการวางแผน อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษา พบว่าข้อมูลบางส่วนยังไม่ได้รับการบูรณาการอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานระดับกลางน้ำและปลายน้ำ ส่งผลให้การประเมินทรัพยากรและความต้องการอาจไม่ถูกต้องเพียงพอ และอาจนำไปสู่การกำหนดแผนที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์จริง

ขั้นตอนการสร้างสมดุลระหว่างทรัพยากรกับความต้องการ (sP1.3) มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงข้อมูลจากต้นน้ำ เช่น ปริมาณเมล็ดพันธุ์และปัจจัยการผลิต กับความจำเป็นของเกษตรกรและความต้องการของตลาด อย่างไรก็ตาม ช่องว่างของข้อมูลที่เกิดขึ้นจากความไม่ต่อเนื่องในการสื่อสารระหว่างหน่วยงาน ทำให้กระบวนการดังกล่าวไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

กระบวนการสุดท้ายคือการสื่อสารแผนไปยังผู้ปฏิบัติงาน (sP1.4) ซึ่งควรประกอบด้วยข้อมูลด้านความสำคัญของผลิตภัณฑ์ (SP2.1) ความสำคัญของกระบวนการผลิต (SP3.1) และความสำคัญของการส่งมอบ (SP4.1) แต่จากข้อมูลภาคสนาม พบว่าการส่งต่อข้อมูลดังกล่าวยังไม่ชัดเจนและไม่ครอบคลุมผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด ส่งผลให้การดำเนินงานจริงไม่สอดคล้องกับแผนที่กำหนด และเกิดความคลาดเคลื่อนในหลายขั้นตอน เช่น การจัดสรรปัจจัยการผลิต การกำหนดปริมาณการผลิต และคุณภาพผลผลิตที่ไม่สม่ำเสมอ

กระบวนการวางแผนตามกรอบ SCOR แม้จะมีโครงสร้างที่ชัดเจนและสามารถประยุกต์ใช้ได้กับโซ่อุปทานข้าวไร่ แต่ยังมีข้อจำกัดด้านข้อมูลและการประสานงานที่ต้องได้รับการปรับปรุง เพื่อให้การวางแผนมีความแม่นยำ สนับสนุนการตัดสินใจ และสอดคล้องกับสภาพจริงของชุมชนเกษตรกรรายย่อยมากยิ่งขึ้น ซึ่งในส่วนของกระบวนการจัดหา (Source) สามารถนำเสนอในภาพที่ 5



ภาพที่ 5: Raw Material Procurement of Upland Rice Farmers

จากภาพที่ 5 แสดงกระบวนการในหมวด Source (sS2) ตามกรอบ SCOR Level 2 ตั้งแต่การจัดการจัดการการส่งสินค้า (sS2.1) การรับสินค้า (sS2.2) การตรวจสอบสินค้า (sS2.3) การเคลื่อนย้ายสินค้า (sS2.4) และการชำระเงิน (sS2.5) โดยทุกขั้นตอนต้องอาศัยข้อมูลสนับสนุนจากสถานะการผลิต ความพร้อมของสินค้าคงคลัง การรับและตรวจสอบสินค้า รวมถึงข้อมูลเอกสารประกอบ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่ส่งเข้าสู่ระบบยังไม่ครบถ้วนและไม่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการตรวจสอบสินค้า ความล่าช้าในการเคลื่อนย้ายสินค้า และการประสานงานที่ไม่สอดคล้องกันในโซ่อุปทานข้าวไร่โดยรวม

### 3. เสนอแนวทางการปรับปรุงกระบวนการโซ่อุปทานข้าวไร่ในอำเภอภูผาเจ็ดสี จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างเป็นระบบ

ตารางที่ 2 แนวทางการปรับปรุงกระบวนการโซ่อุปทานข้าวไร่ในอำเภอภูผาเจ็ดสี จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างเป็นระบบ

ระยะเวลา	วัตถุประสงค์หลัก	ประเด็นปัญหาที่แก้ (อิง SCOR)	แนวทาง/กิจกรรมพัฒนา (Actions)	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ระยะที่ 1 (ปีที่ 1-2) วางระบบพื้นฐาน (Stabilization)	วางระบบข้อมูลและมาตรฐานพื้นฐานให้เข้าที่	- SP2 ข้อมูลความต้องการไม่ครบถ้วน - S2 คุณภาพปัจจัยการผลิตไม่สม่ำเสมอ - M1 ไม่มี SOP ตรวจสอบคุณภาพ - D1 ขั้นตอนส่งมอบไม่เป็นระบบ	- จัดตั้งฐานข้อมูลตลาด-ทรัพยากร (Data hub) - จัดตั้งคณะกรรมการ SCM ระดับชุมชน - พัฒนา SOP การผลิตและการส่งมอบ - จัดทำระบบตรวจรับวัตถุดิบ (S2) - ตั้งศูนย์รวบรวม-คัดเกรดเบื้องต้น - ทดลองใช้แอป/ระบบติดตามสต็อก	- ลดความสูญเสียต้นน้ำ-กลางน้ำ - ข้อมูลเริ่มเป็นระบบ - ต้นทุนลดลง 5-10%
ระยะที่ 2 (ปีที่ 3-4) เพิ่มประสิทธิภาพ (Optimization)	เพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตและส่งมอบ	- M1/M2 ผลิตไม่มีมาตรฐาน - S1/S2 ระบบจัดหายังมีคอขวด - D1/D2 ไม่มี QC ก่อนส่งมอบ	- ส่งเสริมเทคโนโลยีลดต้นทุน เช่น ปุ๋ยอินทรีย์ เครื่องสีข้าวขนาดเล็ก - ระบบ QC จุดรับซื้อ-โรงสี-ร้านค้า - จัดอบรมทักษะ/โรงเรียนเกษตรกร FFS - ระบบติดตามผลผลิตแบบเรียลไทม์	- คุณภาพข้าวไร่สม่ำเสมอขึ้น - ต้นทุนลดลง 10-30% - กระบวนการไหลลื่นลดคอขวด

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

ระยะเวลา	วัตถุประสงค์หลัก	ประเด็นปัญหาที่แก้ (อิง SCOR)	แนวทาง/กิจกรรมพัฒนา (Actions)	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง
ระยะที่ 3 (ปีที่ 5 เป็นต้นไป) พัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustain & Scale)	ขยายผล- ยกระดับโซ อุปทานให้เข้มแข็ง และแข่งขันได้	- ปัญหา Return ขาดข้อมูล ย้อนกลับ - ความเชื่อมโยงตลาด ยังไม่มั่นคง - รายได้เกษตรกร ไม่สม่ำเสมอ	- สร้างแบรนด์ข้าวไร่ GI/Organic Community - ทำระบบสัญญาซื้อขายล่วงหน้า - พัฒนา Cluster โรงสี-เกษตร-ร้านค้า - เชื่อมตลาดออนไลน์/ซูเปอร์มาร์เก็ต - ขยายผลระบบข้อมูลกลาง (Data Platform)	- รายได้มั่นคง-แข่งขันได้ - โซอุปทานมี มาตรฐานสากล - เกษตรกรมีรายได้ เพิ่มขึ้น 20-40%

หมายเหตุ: Standard Operating Procedure (SOP) หมายถึง ขั้นตอนปฏิบัติงานมาตรฐาน

จากตารางที่ 2 แสดงแนวทางการปรับปรุงกระบวนการโซอุปทานข้าวไร่ในอำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างเป็นระบบ สามารถแบ่งการดำเนินการออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะพื้นฐาน ระยะเพิ่มประสิทธิภาพ และระยะพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยแต่ละระยะมุ่งแก้ไขปัญหาคriticalกับกระบวนการ SCOR ทั้งด้านข้อมูล ปัจจัยการผลิต การควบคุมคุณภาพ การขนส่ง และการเชื่อมโยงตลาด การดำเนินกิจกรรมพัฒนาเหล่านี้จะช่วยลดความสูญเสีย เพิ่มผลผลิต ยกระดับคุณภาพ และเสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาโซอุปทานข้าวไร่ให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว

## อภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนภาพรวมของโซอุปทานข้าวไร่ในอำเภอกาญจนดิษฐ์อย่างเป็นระบบ ผ่านการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด SCOR Model ซึ่งช่วยเปิดเผยทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน และความสัมพันธ์เชิงลึกระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตลอดโซอุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ไปจนถึงปลายน้ำ ความซับซ้อนของโครงสร้างและกระบวนการต่างๆ ทำให้เห็นว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ข้อมูล มาตรฐาน การประสานงาน” ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการจัดการโซอุปทานสมัยใหม่

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าในระดับต้นน้ำ กระบวนการวางแผนยังไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเกษตรกรขาดข้อมูลความต้องการตลาดที่แม่นยำและทันต่อช่วงเวลา ช่องว่างของข้อมูลดังกล่าวทำให้รูปแบบการวางแผนพึ่งพาประสบการณ์ส่วนบุคคลมากกว่าหลักฐานเชิงวิชาการ ส่งผลให้ไม่สามารถคาดการณ์ปริมาณการผลิตได้แม่นยำ และไม่อาจเลือกปัจจัยการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการปริมาณจริงของตลาด สถานการณ์นี้ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนระหว่างการวางแผนและผลผลิตที่เกิดขึ้นจริง งานวิจัยของ Suriya and Raksachart (2022) สนับสนุนข้อค้นพบนี้ โดยระบุว่าเกษตรกรในพื้นที่ชนบทของภาคใต้ประสบปัญหาในการเข้าถึงข้อมูลตลาดดิจิทัล ทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตเชิงรุกได้อย่างเต็มที่ ข้อจำกัดด้านข้อมูลจึงกลายเป็นต้นเหตุสำคัญที่ฉุดรั้งประสิทธิภาพระดับต้นน้ำและส่งผลกระทบต่อกระบวนการถัดไปตามแนวคิดของ SCOR Model ที่มองว่าการวางแผนคือฐานรากของโซอุปทานที่มีประสิทธิภาพ (APICS, 2017)

เมื่อพิจารณากระบวนการจัดหาปัจจัยการผลิต แม้เกษตรกรจะสามารถเข้าถึงเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และเครื่องมือทางการเกษตรได้โดยทั่วไป แต่ความไม่สม่ำเสมอด้านราคา คุณภาพ และความพร้อมในการจัดส่งยังเป็นปัญหาเชิงโครงสร้าง การจัดซื้อแบบรายบุคคลทำให้ต้นทุนสูง และไม่สามารถควบคุมคุณภาพของปัจจัยการผลิตได้ ส่งผลให้ผลผลิตมีความแปรปรวนอย่างต่อเนื่อง ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานของ Chantharat and Maikaensarn (2019) ที่อธิบายว่าการขาดระบบจัดซื้อพร้อมและไม่มี การตรวจสอบย้อนกลับของวัตถุดิบเป็นปัจจัยลดความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรรายย่อย นอกจากนี้ Chen, Zhang and Wang (2020) ยังชี้ว่าคุณภาพของวัตถุดิบเป็นตัวกำหนดคุณภาพของผลผลิตในกระบวนการถัดไปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ของข้าวไร่ในพื้นที่วิจัย ที่ผลผลิตมีความไม่สม่ำเสมอเนื่องจากการควบคุมคุณภาพต้นทางยังไม่เข้มแข็งเพียงพอ

สำหรับขั้นตอนการผลิตซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของโซ่อุปทาน ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่าเกษตรกรยังขาดมาตรฐานการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedures: SOP) ที่ชัดเจน และไม่มีระบบการตรวจสอบควบคุมคุณภาพระหว่างกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยดังกล่าวเป็นสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดความสูญเสียจากความผิดพลาดในกระบวนการ รวมถึงข้อจำกัดด้านแรงงาน อุปกรณ์ และเทคโนโลยีสนับสนุน แม้ว่าการผลิตในรูปแบบดั้งเดิมจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาโดยตรง หากมีการจัดการที่เหมาะสม แต่เมื่อขาดระบบควบคุมคุณภาพ ผลผลิตที่ได้มักมีความแปรปรวนทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ งานวิจัยในระดับวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับข้าวพันธุ์พื้นเมืองในภาคใต้ยังชี้ให้เห็นว่าข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิตและอุปกรณ์สนับสนุนเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการยกระดับคุณภาพผลผลิตของเกษตรกรรายย่อย (Siputsuk et al., 2019)

ผลกระทบของปัญหาจากขั้นตอนต้นน้ำและกลางน้ำแสดงออกอย่างชัดเจนภายในกระบวนการส่งมอบผลผลิต ซึ่งขาดระบบคัดเกรด มาตรฐานการบรรจุ การจัดเก็บที่เหมาะสม รวมถึงความสามารถด้านโลจิสติกส์ที่จำกัด ทำให้เกิดความสูญเสียระหว่างการขนส่งและไม่สามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตได้ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Pongwichian and Samranjit (2021) ที่เน้นว่าความสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยวและความล่าช้าด้านการขนส่งเป็นอุปสรรคหลักของสินค้าข้าวในพื้นที่ชนบท ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลภาคสนามที่พบว่าผลผลิตข้าวไร่มักมีคุณภาพลดลงเมื่อถึงมือผู้ซื้อ เนื่องจากไม่มีการควบคุมสภาพแวดล้อมระหว่างขนส่งอย่างเพียงพอ

ในระดับปลายน้ำ ปัญหาสำคัญที่พบคือการขาดข้อมูลย้อนกลับจากผู้ซื้อไปยังเกษตรกร แม้ว่าจะมีสินค้าที่ตีกลับหรือเกิดความเสียหาย แต่ยังไม่มียระบบบันทึก วิเคราะห์ และนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้โซ่อุปทานไม่สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง งานวิจัยของ Siputsuk et al. (2019) ซึ่งศึกษาการจัดการโซ่อุปทานและการกระจายสินค้าข้าวพันธุ์พื้นเมืองในระดับวิสาหกิจชุมชน พบว่า การขาดระบบโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics) และกลไกข้อมูลป้อนกลับ (Feedback Loop) ทำให้กลุ่มผู้ผลิตไม่สามารถเรียนรู้จากปัญหาคุณภาพสินค้า ต้นทุนความสูญเสีย และความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้โซ่อุปทานมีประสิทธิภาพต่ำและมีต้นทุนแฝงสูงในระยะยาว นอกจากนี้ ปัญหาที่ปรากฏในทุกกระบวนการล้วนมีสาเหตุสำคัญมาจากความไม่สมบูรณ์ของการไหลของข้อมูล (Information Flow) ที่ยังเป็นแบบกระจัดกระจาย และไม่ถูกจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจร่วมกันได้ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องอย่างยิ่งกับรายงานของ FAO (2022) ที่ระบุว่า การพัฒนาระบบเกษตรสมัยใหม่จำเป็นต้องมีการบูรณาการข้อมูลและความร่วมมือระหว่างผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน มิฉะนั้นระบบจะไม่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพหรือสร้างเสถียรภาพรายได้ให้เกษตรกรได้ในระยะยาว

โดยสรุป อภิปรายผลจากงานวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่าโซ่อุปทานข้าวไร่ในอำเภอกาญจนดิษฐ์ยังมีความท้าทายที่เชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ ตั้งแต่การวางแผน การจัดหา การผลิต การส่งมอบ การจัดการสินค้าคืน ไปจนถึงการสนับสนุนด้านข้อมูล กระบวนการทุกส่วนได้รับผลกระทบจากความไม่สมบูรณ์ของข้อมูล ความไม่เป็นระบบของมาตรฐานปฏิบัติงาน และความร่วมมือที่จำกัดระหว่างผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด สิ่งเหล่านี้สอดคล้องกับแนวคิดสากลที่เสนอว่าโซ่อุปทานเกษตรที่ยั่งยืนต้องมีสามแกนหลัก ได้แก่ “ข้อมูล มาตรฐาน ความร่วมมือ” (Data-Standards-Collaboration) ดังที่ FAO (2022) ได้เน้นย้ำไว้ การเข้าใจถึงความเชื่อมโยงของปัญหาเหล่านี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญต่อการกำหนดแนวทางพัฒนา ซึ่งจะนำไปสู่โซ่อุปทานข้าวไร่ที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ต้นทุนลดลง ผลผลิตมีคุณภาพสม่ำเสมอ และเกษตรกรมีเสถียรภาพด้านรายได้ในระยะยาว

## องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการศึกษา

การศึกษานี้ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในการประยุกต์ใช้ SCOR Model กับโซ่อุปทานข้าวไร่ซึ่งมีลักษณะเฉพาะของการปลูกแซมในสวนยางพารา โดยสามารถระบุ จุดคอขวดเชิงระบบ ในกระบวนการต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำได้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านการไหลของข้อมูล การจัดการปัจจัยการผลิต การควบคุมคุณภาพ และการเชื่อมโยงตลาด ซึ่งยังไม่เคยมีการวิเคราะห์เชิงลึก เช่นนี้ในงานวิจัยก่อนหน้า นอกจากนี้ งานวิจัยได้กำหนดแผนการพัฒนาโซ่อุปทานออกเป็น 3 ระยะ ที่เชื่อมโยงกับปัญหาตาม SCOR Level 2 อย่างเป็นระบบ ถือเป็นแนวทางเชิงปฏิบัติที่สามารถใช้ได้จริงในการยกระดับประสิทธิภาพและความยั่งยืนของโซ่อุปทานข้าวไร่ในพื้นที่ และสามารถประยุกต์ใช้กับสินค้าเกษตรชนิดอื่นได้ในอนาคต



ภาพที่ 6: Decoding the Upland Rice Supply Chain with the SCOR Model

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยชี้ว่าคอขวดหลักของโซ่อุปทานข้าวไร่อยู่ที่ข้อมูล มาตรฐาน และความร่วมมือ จึงควรดำเนินการดังนี้

1. พัฒนาระบบฐานข้อมูลโซ่อุปทานร่วมเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องเข้าถึงข้อมูลวางแผนและตลาดแบบเรียลไทม์ลดความคลาดเคลื่อนในการผลิต
2. จัดทำมาตรฐานกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การกำหนดขั้นตอนปฏิบัติงานมาตรฐาน (Standard Operating Procedures: SOP) สำหรับกระบวนการปลูกข้าวไร่ ตั้งแต่การเตรียมแปลง การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ การจัดการปุ๋ยและศัตรูพืช ไปจนถึงการเก็บเกี่ยวและการคัดแยกผลผลิต รวมถึงการกำหนดเกณฑ์ตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นก่อนส่งมอบให้ผู้รับซื้อ มาตรการดังกล่าวจะช่วยลดความแปรปรวนของคุณภาพผลผลิต และเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อในตลาด
3. พัฒนาศักยภาพเกษตรกรด้านเทคโนโลยีการผลิตและโลจิสติกส์ โดยส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทชุมชน เช่น การใช้แอปพลิเคชันบันทึกข้อมูลการผลิต การจัดทำบัญชีต้นทุน-ผลตอบแทน การใช้เครื่องสีข้าวหรืออุปกรณ์แปรรูปขนาดเล็กในระดับกลุ่มเกษตรกร รวมถึงการพัฒนาทักษะด้านการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุ และการขนส่ง เพื่อลดความสูญเสีย เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรรายย่อย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายพื้นที่ศึกษาไปยังอำเภอหรือจังหวัดอื่นเพื่อเปรียบเทียบรูปแบบโซ่อุปทานในบริบทที่แตกต่าง
2. ศึกษาผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์และต้นทุนเชิงลึกเพื่อสนับสนุนการออกแบบนโยบายพัฒนาโซ่อุปทาน
3. ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานเพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวิเคราะห์ปัญหาและประเมินผลการพัฒนา

## เอกสารอ้างอิง

- เทศบาลตำบลภูด. (2565). รายงานการพัฒนากาษตรระดับตำบล. สืบค้นจาก <https://www.krut.go.th/front>
- รดาศา เนตรแสงสี และ พลกร วงศ์ลา. (2568). การจัดการห่วงโซ่คุณค่าและต้นทุนโลจิสติกส์ด้วยการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 20(73), 117–128.
- วิรัตน์ คงปันนา, นาริรัตน์ สีระสาร และ บำเพ็ญ เขียวหวาน. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการการส่งเสริมการผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของเกษตรกรในอำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 20(71), 78–89.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2563). ระบบฐานข้อมูลทะเบียนเกษตรกร. สืบค้นจาก <https://zone8.oae.go.th/>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). สถิติการเกษตรจังหวัดสุราษฎร์ธานี. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. สืบค้นจาก <https://surat.nso.go.th/>
- Al Mamun, M. A., Nihad, S. A. I., Sarkar, M. A. R., Aziz, M. A., Qayum, M. A., Ahmed, R., Rahman, N. M. F., Hossain, M. I., and Kabir, M. S. (2021). Growth and trend analysis of area, production and yield of rice: A scenario of rice security in Bangladesh. *PLOS ONE*, 16(12), e0261128. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0261128>
- APICS. (2017). Supply chain operations reference (SCOR) model: Version 12.0. APICS Supply Chain Council. Retrieved from <https://shorturl.asia/3kYyl>
- Assarroudi, A., Nabavi, F. H., Armat, M. R., Ebadi, A., and Vaismoradi, M. (2018). Directed qualitative content analysis: The description and elaboration of its underpinning methods and data analysis process. *Journal of Research in Nursing*, 23(1), 42–55. <https://doi.org/10.1177/1744987117741667>
- Baimai, C., and Trongwattanawut, S. (2018). Production efficiency improvement of small organic rice mills in Chiang Mai Province using the SCOR model. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 13(1), 123–138.
- Chantharat, M., and Maikaensarn, V. (2019). Upstream supply chain analysis of Sangyod Muang Phatthalung rice using SCOR model. *Panyapiwat Journal*, 11(1), 127–138.
- Chen, J., Zhang, X., and Wang, P. (2020). Traceability, input quality, and supply chain performance in smallholder farming systems. *International Journal of Production Economics*, 227, 107663. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107663>
- Christopher, M. (2020). Logistics and supply chain management (6<sup>th</sup> ed.). Harlow, United Kingdom: Pearson Education.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2022). Digital agriculture transformation and sustainable food systems. Rome, Italy: FAO.
- Miles, M. B., and Huberman, A. M. (1994). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook (2<sup>nd</sup> ed.). Thousand Oaks, CA, USA: SAGE Publications.

- 
- Pongwichian, P., and Samranjit, S. (2021). Post-harvest loss and logistics challenges of community rice supply chains in rural Thailand. *Thai Journal of Agricultural Economics*, 43(2), 55–72.
- Siputsuk, D., Taengklieng, B., and Kaewphiban, P. (2019). A study of supply chain management and distribution of indigenous rice (Khai Mod Rin) of a community enterprise in Hua Sai District to enhance business strength and value. Faculty of Management Technology, *Rajamangala University of Technology Srivijaya*, Thailand.
- Suriya, N., and Raksachart, S. (2022). Market information gaps and production planning constraints among smallholder farmers in Southern Thailand. *Journal of Rural Development Studies*, 15(1), 1–15.

ภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการ และความคุ้มค่าด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ  
โรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน  
Image, Service Quality, and Value for Money Influencing Customer  
Decisions in 3-Star Hotels: Evidence from Kunming, China

Huang Fengying<sup>1\*</sup> นภาวรรณ เนตรประดิษฐ์<sup>2</sup>

Huang Fengying<sup>1\*</sup> Napawan Netpradit<sup>2</sup>

Corresponding Author's Email: am.sikan@gmail.com

(Received: February 10, 2025; Revised: December 19, 2025; Accepted: December 22, 2025)

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำคัญของผู้ใช้บริการชาวจีนด้านภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ ความคุ้มค่าด้านราคาและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน และ 2) ศึกษาภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ และความคุ้มค่าด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการชาวจีนที่เดินทางมานครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามแบบออนไลน์ โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลศึกษาพบว่า 1) ผู้ใช้บริการชาวจีนให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์โรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับด้านคุณภาพบริการ และความคุ้มค่าด้านราคาผู้ใช้บริการชาวจีนได้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และ 2) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ส่งผลต่อผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนมากที่สุด ที่ร้อยละ 75.20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านความคุ้มค่าด้านราคาและด้านคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน ที่ร้อยละ 45.20 และ 23.90 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** ภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการ ความคุ้มค่าด้านราคา โรงแรมระดับ 3 ดาว มณฑลยูนนาน

Abstract

This independent study objectives were: 1) Examine the level of importance that Chinese users on image, service quality, and value for money factors in influencing customer decisions to use 3-star hotels in Kunming, Yunnan Province, China; and 2) Examine of image, service quality and value for money that influence decision to use 3-star hotels in Kunming, Yunnan Province, China. The sample consisted of 385 Chinese users. Data was collected through an online questionnaire and analyzed using descriptive statistics such as percentage, mean, standard deviation as well as inferential statistics using Multiple Regression Analysis. The results of the research found that: 1) Chinese users considered image as the most important factor in using 3-star hotels in Kunming, Yunnan Province, China, while also placing a high level of importance on value for money and service quality; and 2) The image factor has the greatest impact on Chinese users decision to use using 3-star hotels in Kunming, Yunnan Province, China at 75.20 percent, with a statistical significance of .05, followed by the value for money and service quality factor affect Chinese users' decision to use 3-star hotels in Kunming, Yunnan Province, China at 45.20 and 23.90 percent, respectively, with statistical significance at the .05 level.

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

<sup>1</sup> Master's Student, Management Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

<sup>2</sup> Lecturer, Management Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

**Keywords:** image, service quality, price value, 3-star hotels, Yunnan province

## ความเป็นมาของปัญหา

เมื่อก้าวเข้าสู่คริสต์ศตวรรษที่ 21 เศรษฐกิจของประเทศจีนได้เข้าสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมอย่างก้าวกระโดด ในปี พ.ศ. 2567 เศรษฐกิจของประเทศจีนมีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของโลกรองจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศจีนนับมีอัตราการขยายตัวที่สูงที่สุดในรอบ 30 ปี โดยมีอัตราการขยายตัวสูงกว่าร้อยละ 10 ต่อปีมาโดยตลอด ซึ่งการขยายตัวอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจประเทศจีน เกิดจากปัจจัยของภาคบริการเป็นสำคัญ (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง, 2567) โดยมีมณฑลยูนนานถือเป็นหนึ่งใน 31 มณฑลที่มีขนาดของเศรษฐกิจที่ใหญ่ของประเทศจีน และเป็นมณฑลเดียวของประเทศจีนที่อาณาเขตติดกับ 3 ประเทศอาเซียน ได้แก่ ประเทศเมียนมาร์ ประเทศลาว และประเทศเวียดนาม จึงส่งผลให้รายได้ทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่ของมณฑล ยูนนานมาจากอุตสาหกรรมภาคบริการ ซึ่งผลจากผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับภูมิภาคของมณฑล ยูนนาน (Gross Domestic Product: GDP) ในช่วงครึ่งแรกของปี พ.ศ. 2567 อยู่ที่ 1.457 พันล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2566 โดยในปี พ.ศ. 2567 นครคุนหมิงเป็นเมืองที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมสูงเป็นอันดับหนึ่งของมณฑลด้วยมูลค่ารวมที่ 403.86 พันล้านหยวน (สถานกงสุลใหญ่ ณ นครคุนหมิง, 2566)

นครคุนหมิงเป็นศูนย์กลางทั้งทางด้านการกระจายสินค้าและการขนส่ง ตลอดจนเป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจ การเงิน และการท่องเที่ยวในทางตอนใต้ของประเทศจีน จึงทำให้นครคุนหมิงเป็นเมืองที่มีทั้งชาวจีนและชาวต่างประเทศเดินทางเข้าและออกเป็นจำนวนมาก จากข้อมูลทางสถิติใน 3 ปีย้อนหลังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 ถึง พ.ศ. 2566 ของยอดจำนวนผู้เดินทางเข้าและออกในนครคุนหมิงสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2564 ยอดจำนวนผู้เดินทางเข้าและออกอยู่ที่ 51.39 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2565 ยอดจำนวนผู้เดินทางเข้าและออกอยู่ที่ 218.06 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2566 ยอดจำนวนผู้เดินทางเข้าและออกอยู่ที่ 446.60 ล้านคน (สถานกงสุลใหญ่ ณ นครคุนหมิง, 2566) จากข้อมูลนี้สามารถสะท้อนให้เห็นว่า นครคุนหมิงกำลังกลายเป็นเมืองที่ได้รับความสนใจและสามารถดึงดูดผู้คนเข้ามาในฐานะเป็นสถานที่ทางธุรกิจและการท่องเที่ยว โดยสามารถสะท้อนถึงแนวโน้มการพัฒนาธุรกิจภาคอุตสาหกรรมบริการโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม เนื่องจากธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีผลประกอบการแปรผันโดยตรงกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ

ในปัจจุบันโรงแรมที่นครคุนหมิงได้เกิดขึ้นอย่างมากมายทั้งโรงแรมที่เก่าแก่และโรงแรมที่สร้างขึ้นใหม่ เพื่อให้ผู้เดินทางเข้าและออกทั้งชาวจีนและชาวต่างประเทศได้เลือกรับบริการ ไม่ว่าจะเป็นการบริการห้องพัก การจัดประชุมและสัมมนา หรือการบริการห้องอาหาร สิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่โรงแรมได้จัดเตรียมไว้ให้บริการ อย่างไรก็ตามธุรกิจโรงแรมก็เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันที่สูงมากเป็นลำดับต้นๆ ด้วยจำนวนโรงแรมที่เกิดขึ้นอย่างมากมายกว่า 300 แห่ง ซึ่งโรงแรมในนครคุนหมิงได้มีการจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตามมาตรฐานของการจัดลำดับดาวของโรงแรม ตั้งแต่โรงแรมระดับ 5 ดาวหรือระดับไฮเอนด์ไปจนถึงโรงแรมระดับต่ำกว่า 3 ดาวหรือโรงแรมราคาประหยัด เพื่อจัดเตรียมไว้ให้ผู้มาเยือนนครคุนหมิงได้เลือกใช้บริการให้ตรงกับความต้องการ โดยโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิงส่วนใหญ่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ลูกค้าระดับกลางที่ต้องการเข้ามาพักในราคาที่ไม่แพงจนเกินไป แต่ได้รับการบริการและสภาพแวดล้อมที่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้ ซึ่งในปัจจุบันมีจำนวนโรงแรมระดับ 3 ดาวเพิ่มขึ้นกว่า 90 แห่งและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สถานกงสุลใหญ่ ณ นครคุนหมิง, 2566) จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางตลาดที่ค่อนข้างสูงทั้งการมีคู่แข่งที่เป็นโรงแรมระดับเดียวกันและการมีคู่แข่งทางอ้อมจากโรงแรมต่างระดับ ฉะนั้นการที่ผู้ประกอบการจะบริหารจัดการให้โรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิงสามารถดึงดูดผู้เข้าพักรายใหม่มาใช้บริการหรือการหวนกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้งของผู้เข้าพักรายเดิมไม่ใช่เรื่องง่าย ทั้งนี้ โรงแรมระดับ 3 ดาวแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน ทั้งในเรื่องของภาพลักษณ์ รูปแบบการให้บริการ คุณภาพการบริการ กลยุทธ์การบริหาร ตำแหน่งที่ตั้ง และราคาที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า จึงทำให้โรงแรมระดับ 3 ดาวแต่ละแห่งมีจำนวนผู้เข้าพักใช้บริการมากน้อยแตกต่างกัน จึงเป็นที่น่าสนใจว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการ

ธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิงใช้เป็นแนวทางในการยกระดับคุณภาพการบริการ และวางแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความเหมาะสมและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ เกิดการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิงได้อย่างไม่ลังเล

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ในประเทศจีนมุ่งเน้นศึกษาไปยังโรงแรมระดับ 5 ดาว เนื่องจากมีผลประกอบการที่สูงหรืออาจเป็นที่สนใจในแง่ของการสร้างแบรนด์ระดับนานาชาติ ซึ่งยังขาดการศึกษาเชิงลึกที่เจาะจงไปยังโรงแรมระดับ 3 ดาว ซึ่งเป็นโรงแรมที่ให้บริการแก่ลูกค้าระดับกลางที่มีจำนวนมากและมีความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ ราคาและความคุ้มค่า ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นที่มาของความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสำคัญ เพื่อนำมาปรับใช้เป็นกลยุทธ์ในการดึงดูดผู้เข้าพักและปัจจัยแต่ละด้านมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการในระดับใด ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ และความคุ้มค่าด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน โดยผลของการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน ในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพโรงแรมให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน พร้อมทั้งเป็นแนวทางในการยกระดับศักยภาพและรายได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจโรงแรมในระยะยาว

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญด้านภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ ความคุ้มค่าด้านราคาและการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน
2. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ คุณภาพบริการ และความคุ้มค่าด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

#### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการชาวจีนที่ไม่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนที่ตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาเลือกจากกลุ่มประชากรด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) ซึ่งถึงแม้การสุ่มตัวอย่างแบบนี้จะมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถเป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มประชากรทั้งหมดได้ แต่เนื่องจากเป็นวิธีที่จะให้ผู้ศึกษาสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่ายและมีความเหมาะสมที่สอดคล้องกับข้อจำกัดด้านทรัพยากรเวลาและงบประมาณ พร้อมทั้งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่างของ Cochran อ้างถึงใน ภาณินทร์ ศิลปจารุ (2555) ที่ค่าสัดส่วนในการคลาดเคลื่อนที่ .05 ( $e = .05$ ) ซึ่งสามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้ 385 ตัวอย่าง

#### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการศึกษาในลักษณะของแบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างผ่านเว็บไซต์ WJX.CN และส่งต่อไปยังเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ (Social network) ต่างๆ เช่น WeChat, QQ, Weibo เป็นต้น เครื่องมือที่สร้างขึ้นได้ปรากฏจำนวนตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปรด้านภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการ ความคุ้มค่าด้านราคา และการตัดสินใจ โดยมีจำนวนข้อคำถามสำหรับตัวแปรทั้งสิ้น 28 ข้อ มีข้อคำถามสำหรับข้อมูลทั่วไปจำนวน 7 ข้อ และมีข้อคำถามสำหรับการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) ภูมิลำเนาอาศัยในเขตนครคุนหมิง ประเทศจีนหรือไม่ 2) ท่านเคยมีประสบการณ์เข้าใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา

หรือไม่ และ 3) ท่านเคยใช้บริการจากรายชื่อโรงแรมทั้ง 10 แห่งที่ผ่านการประเมินมาตรฐานการจัดอันดับดาวโรงแรมการท่องเที่ยว นครคุณหมิง ประจำปี พ.ศ. 2566 หรือไม่ ซึ่งหากผู้ตอบแบบสอบถามข้อที่ 1 ว่า “ใช่” และตอบข้อที่ 2 และ 3 ว่า “ไม่ใช่” ระบบจะยุติการตอบแบบสอบถามทันที ในการดำเนินการสร้างเครื่องมือมีขั้นตอน ดังนี้

1) ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวกับตัวแปรด้านภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการ ความคุ้มค่าด้านราคา และการตัดสินใจ เพื่อนำเป็นข้อมูลสำหรับการสร้างแบบสอบถาม

2) ดำเนินการสร้างเครื่องมือ โดยสร้างแบบสอบถามให้ทุกข้อคำถามครอบคลุมกรอบแนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งข้อคำถามในแบบสอบถามได้กำหนดมาตรฐานวัดเป็นอันดับ 5 ระดับ และแปรผลเป็นค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของ Best (1981)

3) นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ให้มีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา (Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม (IOC) ตามมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ มีค่า IOC ของทุกข้อในแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมีค่า IOC เป็นไปตามเกณฑ์ที่มีค่ามากกว่า 0.5 (สุรพงษ์ คงสัตย์ และ ธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2558)

4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แปลแบบสอบถามจากภาษาไทยเป็นภาษาจีน โดยผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของภาษาจากผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นกลุ่มชาวจีนที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในเขตเมืองต้าหลี่ ซึ่งการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability Test) ดำเนินการด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected Item-total Correlation) ในทุกข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.516 – 0.790 ซึ่งทุกข้อคำถามมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อเป็นไปตามเกณฑ์ที่มีค่าตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป (Ebel, 1979) และค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.757 – 0.884 ซึ่งทุกตัวแปรมีความเชื่อมั่นที่ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเป็นไปตามเกณฑ์ที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 (Nunnally, 1978)

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 385 คน

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์สถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบ Enter

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 54.29 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.61 ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 54.03 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 หยวน จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 39.74 โดยผู้ให้บริการจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 49.61 ที่เข้ามาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุณหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนในครั้งนี้เป็นจำนวนครั้งที่มากกว่า 5 ครั้ง ซึ่งผู้ให้บริการจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 มีการเข้าใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุณหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนจำนวน 2 ครั้งต่อเดือน และมีผู้ให้บริการจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.52 ที่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุณหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนแต่ละครั้งอยู่ที่ 301– 500 หยวน

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของผู้ใช้บริการชาวจีนที่มีต่อด้านภาพลักษณ์ของโรงแรมระดับ 3 ดาวใน นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนสามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของผู้ใช้บริการที่มีต่อด้านภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. โรงแรมมีการแสดงป้ายและสัญลักษณ์ต่างๆ ภายในอาคารอย่างชัดเจน	3.71	0.69	มาก
2. ตำแหน่งที่ตั้งของโรงแรมสามารถเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวก	4.66	0.51	มากที่สุด
3. ภายในห้องพักมีการออกแบบและตกแต่งที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย	4.98	0.13	มากที่สุด
4. ภายในห้องพักมีแสงสว่างที่เพียงพอและสามารถปรับได้ตามความต้องการ	4.40	0.77	มาก
5. โรงแรมได้จัดวางอุปกรณ์และที่นั่งอย่างเป็นสัดส่วนและเพียงพอ	4.96	0.34	มากที่สุด
6. การจัดการจราจรในการเข้า-ออกของรถและคนเดินเท้าที่สะดวกและปลอดภัย	4.52	0.63	มากที่สุด
7. บริเวณโดยรอบของโรงแรมมีแสงสว่างเพียงพอให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัย	4.24	0.78	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.50	0.32	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.50$ , S.D.=0.32) โดยส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการที่ภายในห้องพักมีการออกแบบและตกแต่งที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลายมากที่สุด ( $\bar{X}=4.98$ , S.D.=0.13) รองลงมาได้ให้ความสำคัญกับการที่โรงแรมได้จัดวางอุปกรณ์และที่นั่งอย่างเป็นสัดส่วนและเพียงพอในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.96$ , S.D.=0.34) โดยให้ความสำคัญกับการที่โรงแรมมีการแสดงป้ายและสัญลักษณ์ต่างๆ ภายในอาคารอย่างชัดเจนเป็นลำดับสุดท้าย ( $\bar{X}=3.71$ , S.D.=0.69) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของผู้ใช้บริการชาวจีนที่มีต่อด้านคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวใน นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนสามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของผู้ใช้บริการที่มีต่อด้านคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. โรงแรมมีบริการจองห้องพักได้จากหลายช่องทาง	2.96	0.92	ปานกลาง
2. โรงแรมจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าอย่างครบถ้วนและทันสมัย เช่น การต้มน้ำร้อน ระบบ WiFi	4.07	0.87	มาก
3. พนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีความพร้อมที่ให้ความช่วยเหลือลูกค้าอย่างเต็มใจ	4.37	0.77	มาก
4. พนักงานของโรงแรมสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.66	0.48	มากที่สุด
5. พนักงานมีจำนวนเพียงพอ สามารถดูแลให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง	4.41	0.74	มาก
6. โรงแรมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที	4.57	0.62	มากที่สุด
7. โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน	3.00	0.73	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01	0.46	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุณหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.01$ , S.D.=0.46) โดยส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการที่พนักงานของโรงแรมสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ( $\bar{X}=4.66$ , S.D.=0.48) รองลงมาได้ให้ความสำคัญกับการที่โรงแรมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันที่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.57$ , S.D.=0.62) โดยให้ความสำคัญกับการที่โรงแรมมีบริการจองห้องพักได้จากหลายช่องทางเป็นลำดับสุดท้าย ( $\bar{X}=2.96$ , S.D.=0.73) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของผู้ใช้บริการชาวจีนที่มีต่อด้านความคุ้มค่าด้านราคาของโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุณหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนสามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของผู้ใช้บริการที่มีต่อด้านความคุ้มค่าด้านราคา

ความคุ้มค่าด้านราคา	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. ราคามีความเหมาะสมกับสภาพและความสะอาดห้องพักและบริเวณพื้นที่ของโรงแรม	4.46	0.56	มาก
2. ราคามีความสมเหตุสมผลกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการ	4.51	0.60	มากที่สุด
3. ราคามีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.85	0.63	มาก
4. โรงแรมมีทำเลที่ตั้งใกล้กับสถานที่ทำงานและแหล่งท่องเที่ยวทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	2.90	0.81	ปานกลาง
5. ค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการมีความเหมาะสมและคุ้มค่าเมื่อเทียบกับการเข้าใช้บริการโรงแรมระดับอื่นๆ	3.38	0.76	ปานกลาง
6. ค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการอยู่ในเกณฑ์ตามที่คาดหวัง	4.86	0.45	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99	0.35	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญต่อความคุ้มค่าด้านราคาของโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุณหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.99$ , S.D.=0.35) โดยส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการอยู่ในเกณฑ์ตามที่คาดหวังมากที่สุด ( $\bar{X}=4.86$ , S.D.=0.45) รองลงมาได้ให้ความสำคัญกับราคาที่มีความสมเหตุสมผลกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}=4.51$ , S.D.=0.60) โดยให้ความสำคัญกับการที่โรงแรมมีทำเลที่ตั้งใกล้กับสถานที่ทำงานและแหล่งท่องเที่ยวทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นลำดับสุดท้าย ( $\bar{X}=2.90$ , S.D.=0.81) ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ อันประกอบด้วยปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ด้านคุณภาพการบริการ และด้านความคุ้มค่าด้านราคากับตัวแปรตามการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุณหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน สามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

ตัวแปร		ภาพลักษณ์	คุณภาพการบริการ	ความคุ้มค่าด้านราคา	การตัดสินใจ
ตัวแปรอิสระ	ภาพลักษณ์	1			
	คุณภาพการบริการ	0.882**	1		
	ความคุ้มค่าด้านราคา	0.670**	0.713**	1	
ตัวแปรตาม	การตัดสินใจ	0.844**	0.747**	0.786**	1

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่า p-value มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งน้อยกว่า .05 จึงสามารถยอมรับตัวแปรอิสระได้ทั้ง 3 ตัวแปร กล่าวคือ ภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับแข็งแกร่งกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.844 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับแข็งแกร่งกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.747 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความคุ้มค่าด้านราคามีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับแข็งแกร่งกับการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.786 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เช่นกัน โดยไม่พบว่ามีตัวแปรคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันสูงอันก่อให้เกิดการละเมิดข้อสมมติฐานในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ซึ่งผู้ศึกษาจึงสามารถนำตัวแปรทั้งสามตัวแปรมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ต่อไป

6. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ด้านคุณภาพการบริการ และด้านความคุ้มค่าด้านราคาต่อการตัดสินใจใช้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนสามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน

ตัวแปรอิสระ	การตัดสินใจ		Beta	t	p-value	VIF
	B	SE				
ค่าคงที่ (a)	0.374	0.137		2.734**	.00	
ภาพลักษณ์ (IM)	0.813	0.052	0.752	15.766**	.00	4.571
คุณภาพการบริการ (SQ)	0.169	0.036	0.239	4.728**	.00	5.121
ความคุ้มค่าด้านราคา (PV)	0.442	0.031	0.452	14.107**	.00	2.065

$R^2 = 0.812$ ,  $R^2_{adj} = 0.810$ ,  $F = 544.004$ ,  $**P < .01$

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เนื่องจากทุกตัวแปรมีค่า VIF เป็นไปตามเกณฑ์ที่น้อยกว่า 10 (Lee, John and Alice, 2000) โดยปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ด้านความคุ้มค่าด้านราคา และด้านคุณภาพการบริการสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนได้ร้อยละ 81 และค่า p-value เท่ากับ .00 ซึ่งน้อยกว่า .01 โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้  $\hat{y} = 0.374 + 0.813IM^* + 0.442PV^* + 0.169SQ^*$  กล่าวคือปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ด้านความคุ้มค่าด้านราคา และด้านคุณภาพการบริการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วยมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการชาวจีนได้ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก และเป็นปัจจัยที่ส่งผลตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญกับการที่ภายในห้องพักมีการออกแบบและตกแต่งที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลายมากที่สุดเป็นครั้งแรก ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการถือว่าโรงแรมเป็นสถานที่พักผ่อนสถานที่ที่ผู้ใช้บริการสามารถสัมผัสและรับรู้ได้เป็นครั้งแรกของการเดินทางในแต่ละครั้ง ซึ่งหากสถานที่พักได้มีการออกแบบและตกแต่งภายในห้องพักที่มีการเลือกใช้สีโทนเย็นสบายกับการเพิ่มองค์ประกอบทางธรรมชาติมาปรับแต่ง เช่น แสงธรรมชาติ พื้นที่สีเขียวต้นไม้ หรือภาพวิวทิวทัศน์ภายนอก จะช่วยลดความตึงเครียดและเพิ่มความรู้สึกผ่อนคลายให้กับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับแนวคิด Biophilic Design ของ Keller (2008) ที่ได้ชี้ให้เห็นว่า สถานที่ที่มนุษย์ใช้ในการพักผ่อนมักมีความเชื่อมโยงทางจิตใจกับธรรมชาติ ซึ่งหนุนเสริมให้มนุษย์เกิดความรู้สึกผ่อนคลายได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิมพีใจ ลิ้มวัฒนา, อรจันทร์ ศิริโชติ และ นิจกานต์ หนูอุไร (2563) ที่ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ ด้านบรรยากาศในสถานบริการส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวของผู้ใช้บริการ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของบุริส ศรณสรุต (2567) ที่ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรทั้งหมดในแบบจำลองส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจเข้าใช้บริการโรงแรมในประเทศไทย ซึ่งแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 81 โดยมีปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของโรงแรมเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลและมีความสำคัญมากที่สุด

2. ปัจจัยด้านความคุ้มค่าด้านราคา เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการชาวจีนได้ให้ความสำคัญในระดับมาก และเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน รองจากปัจจัยด้านภาพลักษณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการอยู่ในเกณฑ์ที่เป็นไปตามที่คาดหวัง ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการที่เลือกเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาวมีความต้องการคุณภาพที่เหมาะสมกับราคาที่จ่ายไป เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ความสะอาด และทำเลที่ตั้งที่ดี เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml (1988) ที่ได้กล่าวถึง Perceived Value โดยระบุถึงความคุ้มค่าในมุมมองของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับ ไม่ว่าจะ เป็นคุณภาพสินค้าและบริการ ซึ่งได้เปรียบเทียบกับราคาและความพยายามที่ผู้บริโภคเสียไป สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อารยา บุญปลูก (2563) ที่ผลการศึกษาพบว่า ความคุ้มค่าด้านราคามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะราคาที่มีความเหมาะสมกับพนักงานและราคาที่มีความเหมาะสมกับห้องพัก ทั้งนี้ได้สอดคล้องกับผลการศึกษาของณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ (2566) ที่ผลการศึกษาพบว่า ความคุ้มค่าด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวยุโรป โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะราคาที่มีความเหมาะสมกับพนักงานและราคาที่มีความเหมาะสมกับห้องพัก

3. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการชาวจีนได้ให้ความสำคัญในระดับมาก และเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน รองจากปัจจัยด้านภาพลักษณ์และด้านความคุ้มค่าด้านราคาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยผู้ใช้บริการชาวจีนได้ให้ความสำคัญกับการที่พนักงานของโรงแรมสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการที่เลือกเข้าพักโรงแรมระดับ 3 ดาวคาดหวังบริการพื้นฐานที่ไม่มีความยุ่งยาก แต่หากเกิดปัญหาขึ้นสามารถการแก้ไขได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เช่น การเปลี่ยนห้อง การแก้ไขระบบเครื่องปรับอากาศ หรือการช่วยเหลือกรณีของห้องพักผิดพลาด จะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจที่มีต่อลูกค้าและสร้างความไว้วางใจในการบริการของโรงแรมได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bitner, Booms and Tetreault (1990) ที่ได้กล่าวถึง Service Recovery หรือกระบวนการฟื้นฟูบริการ โดยชี้ให้เห็นว่าเมื่อเกิดปัญหาในการใช้บริการ ความสามารถของพนักงานในการจัดการและแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสมสามารถพลิกสถานการณ์ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และบางครั้งอาจนำไปสู่ความจงรักภักดีที่เพิ่มขึ้น ซึ่งได้สอดคล้องกับผลการศึกษาของณัฐญา ยอดเยี่ยม

และ สุรัสวดี โปสินธ์ (2564) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในภาพรวมอยู่ที่ระดับดี โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการของพนักงานในระดับมาก และได้สอดคล้องกับผลการศึกษาของเสาวภาคย์ ศรีเปารยะ (2564) ที่ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทั้ง 2 ปัจจัย ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการและด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้ามีอิทธิพลต่อความภักดีในภาพรวมของผู้ใช้บริการ โดยปัจจัยด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าของพนักงานโรงแรมสามารถตอบสนองคุณภาพบริการตามความคาดหวังของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

## สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์มากที่สุด ซึ่งปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ด้านคุณภาพการบริการ และด้านความคุ้มค่าด้านราคาสามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการของโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน ได้ร้อยละ 81 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นแล้วว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ เป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดที่ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta  $\beta$ ) เท่ากับ 0.752 ถือเป็นการเพิ่มความสำคัญให้กับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ Brand Image และ Corporate Image ในแวดวงอุตสาหกรรมบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน ซึ่งมักถูกมองว่าเป็นโรงแรมที่เน้นแค่คุณภาพบริการหรือราคาเป็นหลัก แต่ความเป็นจริงแล้วการรับรู้ต่อภาพลักษณ์โดยรวมของโรงแรม (เช่น ความน่าเชื่อถือ ความทันสมัย หรือความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสูงกว่าหรืออย่างน้อยก็มีบทบาทสำคัญเทียบเท่ากับคุณภาพบริการที่จับต้องได้หรือราคาที่เป็น

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนมากที่สุด โดยผู้ใช้บริการได้ให้ความสำคัญกับการที่ภายในห้องพักมีการออกแบบและตกแต่งที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลายมากที่สุดเป็นสิ่งแรก ดังนั้น หน่วยงาน องค์กรและผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการบริการที่พัก และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน ควรมีการปรับปรุงการออกแบบและตกแต่งห้องพักเพื่อสร้างความรู้สึกผ่อนคลาย ด้วยการปรับใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกสงบ เช่น สีพาสเทล, สีเอิร์ธโทน, หรือสีขาวครีมที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการรู้สึกสบายใจ หรือการปรับแสงที่มีการเพิ่มไฟแบบ Warm light (แสงอุ่น) เพื่อสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและผ่อนคลายภายในห้องพัก ตลอดจนการสร้างบรรยากาศที่ตอบสนองต่อความต้องการด้านการพักผ่อน ด้วยการใช้กลิ่นอโรมาภายในห้องพักที่ช่วยทำให้เกิดความผ่อนคลาย เช่น กลิ่นลาเวนเดอร์หรือกลิ่นยูคาลิปตัส นอกจากนี้ ควรมีการสร้างภาพลักษณ์โดยรวมของโรงแรมให้สอดคล้องกับบรรยากาศภายในห้องพัก โดยการขยายแนวคิดความผ่อนคลายไปยังพื้นที่ส่วนรวม เช่น ล็อบบี้ ห้องอาหาร หรือสวนพักผ่อน เป็นต้น

2. ผลจากการศึกษาพบว่า ความคุ้มค่าด้านราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนรองเป็นอันดับสอง ดังนั้น หน่วยงาน องค์กรและผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการบริการที่พัก และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน ควรมีการปรับกลยุทธ์การกำหนดราคาที่มีความยืดหยุ่น โดยเสนอราคาที่หลากหลายสำหรับลูกค้ากลุ่มต่างๆ เช่น ราคาพิเศษสำหรับวันธรรมดา (Weekday rates) หรือส่วนลดสำหรับพนักงานราชการ รวมถึงการจัดแพ็คเกจที่รวมบริการต่างๆ เช่น อาหารเช้า Wi-Fi ฟรี หรือการเช็กเอาท์ล่วงหน้าไว้ในราคาที่ดึงดูด เพื่อสร้างความรู้สึกว่าลูกค้าได้รับความคุ้มค่า ทั้งนี้ ควรมีการสร้างจุดขายโดยการแสดงให้เห็นว่าราคาของโรงแรมคุ้มค่ากว่าโรงแรมในระดับเดียวกันผ่านเว็บไซต์หรือโฆษณา นอกจากนี้ ควรมีการปรับปรุงการให้บริการที่เพิ่ม

มูลค่าด้วยการบริการที่ใส่ใจของพนักงาน โดยหน่วยงาน องค์กรและผู้ประกอบการควรจัดฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดการให้บริการอย่างมืออาชีพด้วยการใส่ใจรายละเอียดต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าที่ได้รับเกิน ราคาที่จ่าย

3. ผลจากการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุณหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนในระดับมาก ดังนั้น หน่วยงาน องค์กรและผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับบริการที่พัก และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการในนครคุณหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน ควรปรับปรุงการบริการให้มีมาตรฐาน ด้วยการจัดทำมาตรฐานการบริการ (Service standard) โดยสร้างคู่มือหรือแนวปฏิบัติที่ชัดเจนสำหรับพนักงาน เช่น การทักทายลูกค้า การตอบคำถาม หรือการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ตลอดจนการจัดอบรมพนักงานในเรื่องการให้บริการที่ประทับใจ เช่น การพูดจาสุภาพ การฟังความต้องการของลูกค้า และการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีจากการเข้าใช้บริการ และใส่ใจในทุกรายละเอียด โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับการทำความสะอาดห้องพักและพื้นที่ส่วนรวม เช่น การตรวจสอบห้องพักรก่อนที่ลูกค้าจะเข้าพัก และการทำความสะอาดพื้น ลิฟต์ หรือพื้นที่รับประทานอาหารอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนการสื่อสารและการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างสุภาพจะช่วยสร้างความประทับใจในการใช้บริการและส่งผลให้โรงแรมได้รับความนิยมและสร้างฐานลูกค้าประจำในระยะยาวต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการชาวจีนเท่านั้น ในครั้งต่อไปควรจะศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศ พร้อมทั้งนำข้อมูลจากผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับของผู้ใช้บริการชาวจีน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุณหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนอย่างแท้จริง พร้อมนำข้อมูลไปสร้างระบบการบริหารจัดการสถานที่พัก เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการได้อย่างยั่งยืน

2. การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนั้น ข้อมูลที่ได้อาจจะไม่มีรายละเอียดมากพอ จึงควรมีการศึกษาด้อยอดองค์ความรู้เชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสนทนาเป็นกลุ่ม (Focus group) เพื่อนำข้อมูลไปส่งเสริมการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ และหนุนเสริมความประทับใจในคุณภาพการบริการ เพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้ผู้ให้บริการได้กลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต

3. การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์การตัดสินใจการใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุณหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนที่เกิดจากตัวแปรของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการ และความคุ้มค่าด้านราคาเท่านั้น ฉะนั้น การศึกษาต่อไปควรทำการศึกษปัจจัยด้านอื่นๆ เพื่อให้ได้มุมมองที่กว้างมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อวิเคราะห์ลูกค้าให้ความสำคัญกับมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรมหรือไม่ โดยเฉพาะการลดการใช้พลาสติก หรือการประหยัดพลังงาน เป็นต้น หรือปัจจัยด้านค่านิยม ความเชื่อ เป็นต้น เพื่อร่วมกันวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในนครคุณหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีนต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

ณัฐวุฒิ เหมาะประมาณ. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวยุโรป.

*วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 13(2), 332-348.

ธนัฐฎา ยอดเยี่ยม และ สุรัสวดี โปสินธ. (2564). อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการของโรงแรม

เดอะเรสซิเดนซ์ จังหวัดปราจีนบุรี. *วารสารอาชญากรรมและความปลอดภัย*, 3(1), 51-62.

ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

ปฐิส ศรีนสรุต. (2567). ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการของโรงแรม ความภักดีและประสบการณ์ของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจมาพักโรงแรมในประเทศไทย. *Journal of Eco humanism*, 3(3), 1610-1625.

- พิมพ์ใจ ลิ้มวัฒนา, อรจันทร์ ศิริโชติ และ นิจกานต์ หนูอุไร. (2563). การรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมระดับ 3 ดาวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเชียงใหม่. *วารสารปาริชาติ*, 33(2), 85-99.
- สถานกงสุลใหญ่ ณ นครคุนหมิง. (2566). ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. สืบค้นจาก <https://thaiembassy.org/>
- สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง. (2567). ข้อมูลพื้นฐานเศรษฐกิจจีน. สืบค้นจาก <https://thaiembbeij.org/th/republic-of-china/investment/>
- สุรพงษ์ คงสัตย์ และ ธีรชาติ ธรรมวงค์. (2558). การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (IOC). สืบค้นจาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>
- เสาวภาคย์ ศรีเปารยะ. (2564). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ของโรงแรมที่ส่งผลต่อความภักดีของแขกที่เข้าพักโรงแรมระดับสามดาวในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- อารยา บุญปลูก. (2563). คุณภาพบริการ คุณภาพห้องพัก ชื่อเสียงและความคุ้มค่าด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อโรงแรมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- Best, W. (1981). *Research in Education* (3<sup>rd</sup> ed). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Bitner, M. J., Booms, B. H. and Tetreault, M. S. (1990). The Service Encounter: Diagnosing Favorable and Unfavorable Incidents. *Journal of Marketing Research*, 54, 71-84.
- Ebel, R. L. (1979). *Essentials of Educational Measurement* (3<sup>rd</sup> ed). New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Keller, K.L. (2008). *Strategic Brand Management*. (3<sup>rd</sup> ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-. Hall.
- Lee, C.F., John C.L. and Alice C.L. (2000). *Statistics for Business and Financial Economics*. (2<sup>nd</sup> ed). Singapore: World Scientific.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.
- Zeithaml, V. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.

# ตัวแบบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

## A Model of Competitive Advantage Strategy Influencing the Success of White Liquor Production Business Entrepreneurs in Sichuan Province, People's Republic of China

Zhou Qunying<sup>1\*</sup> ธนกร สิริสุขคันธา<sup>2</sup> สุรชัย กังวล<sup>3</sup>

Zhou Qunying<sup>1\*</sup> Thanakorn Sirisugandha<sup>2</sup> Surachai Kangwon<sup>3</sup>

Corresponding Author's Email: am.sikan@gmail.com

(Received: February 27, 2025; Revised: December 26, 2025; Accepted: December 30, 2025)

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำคัญของกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน 2) ศึกษาอิทธิพลกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน และ 3) ศึกษาตัวแบบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการระดับผู้บริหารในอุตสาหกรรมการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน จำนวน 380 แห่ง ด้วยแบบสอบถามแบบออนไลน์ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มผู้บริหารระดับสูง หัวหน้าระดับปฏิบัติการ และกลุ่มนักวิชาการจำนวน 6 คน 2 บริษัทด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติพรรณนา การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีระดับความสำคัญมากที่สุดต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน 2) กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน และ 3) ตัวแบบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน ที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi square/df = 1.076, GFI = 0.960, CFI = 0.997, RMSEA = 0.014, SRMR = 0.030) โดยผลการวิจัยดังกล่าวมีส่วนสนับสนุนแนวทางปฏิบัติการจัดการเชิงกลยุทธ์ในอุตสาหกรรมสุราของประเทศจีน

**คำสำคัญ:** ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสำเร็จของผู้ประกอบการ ธุรกิจการผลิตสุราขาว

### Abstract

This purposes of this study were to: 1) study the importance level of competitive advantage strategies influencing the success of white liquor production business entrepreneurs in Sichuan Province, China; 2) study the influence of competitive advantage strategies on the success of white liquor production business operators, Sichuan Province, China; and 3) study a model of competitive advantage strategies that influence the success of white liquor production business entrepreneurs in Sichuan Province, China. This integrated research comprised quantitative and qualitative research approaches. In the quantitative research, collecting data with executive-level entrepreneurs in the white liquor production industry, Sichuan Province, China, totaling 380 places with a questionnaire online. In the

<sup>1</sup> นักศึกษาลัทธิปริญญาตรีบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ดิจิทัลและการสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

<sup>1</sup> Candidate, Management Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

<sup>2</sup> Lecturer, Management Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

<sup>3</sup> Lecturer, Digital Economics and Cooperatives Program, Faculty of Economics, Maejo University

qualitative research, data were collected from 6 senior executives, operational managers and academics from 2 companies through in-depth interviews. Data were analyzed by Descriptive Statistics, Structural Equation Modeling (SEM), and Content analysis. Findings are as follows: 1) Differentiation strategies It is a strategy that has a competitive advantage over the success of white liquor production business operators in Sichuan Province, China at the most important level; 2) Competitive advantage strategies have a direct influence on the success of white liquor manufacturing enterprises in Sichuan Province, China; 3) The model of competitive advantage strategy that influences the success of white liquor production business entrepreneurs in Sichuan Province, China is valid and well fitted to empirical data (Chi square/df = 1.076, GFI = 0.960, CFI = 0.997, RMSEA = 0.014, SRMR= 0.030). The findings contribute to strategic management practices in China's liquor industry.

**Keywords:** competitive advantage, success of entrepreneurs, white liquor production business

### ความเป็นมาของปัญหา

ประเทศจีนมีประวัติศาสตร์การกลั่นสุราที่สืบทอดมาอย่างยาวนานหลายพันปี ชาวจีนนิยมดื่มสุรากลั่นตั้งแต่สมัยโบราณ โดยถือว่าการดื่มสุราเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมการบริโภคที่สำคัญของประเทศเช่นเดียวกับอาหารและชา สุราขาวจึงนับเป็นสินค้าบริโภคที่มีอัตราการแข่งขันภายในประเทศจีนสูงที่สุด ในปี พ.ศ. 2567 ยอดขายรวมสุราขาวในตลาดจีนมีมูลค่ามากกว่า 350 พันล้านหยวนหรือประมาณ 43.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสะท้อนได้ว่าอุตสาหกรรมการผลิตสุราขาวเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่มีความเติบโต และมีความสำคัญต่อกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจีน เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับภาคการเกษตรที่สามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตภายในประเทศ ตลอดจนหวังใช้ของกระบวนการการผลิตที่เริ่มตั้งแต่กระบวนการจัดหา การแปรรูปผลผลิตด้วยนวัตกรรมที่ทันสมัย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การจัดเก็บที่มีศักยภาพด้วยการเพิ่มอายุการเก็บรักษาให้ยาวนานขึ้น การกระจายสินค้าที่สะดวกและการขนส่งที่รวดเร็ว ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ตลอดจนการขยายตัวในด้านของการลงทุนและการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตสุราขาวให้เกิดขึ้นในทุกๆ ภูมิภาค (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, 2566) ทางรัฐบาลได้สนับสนุนให้เกิดพื้นที่หลักในการผลิตสุราขาวระดับมณฑล พร้อมนำนโยบายการรวมกลุ่มทางอุตสาหกรรมภายใต้ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ที่คำนึงถึงต้นทุนที่ต่ำและการสร้างความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์ และตอบสนองที่มีคุณภาพและรวดเร็ว

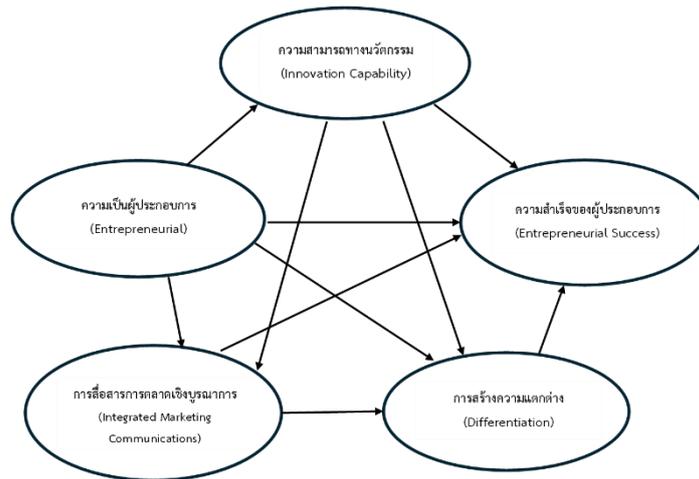
จากนโยบายดังกล่าว จึงเป็นเหตุให้ผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาวระดับมณฑลหลายๆ แบรินต์ต้องแข่งขันกัน เพื่อสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ ผู้ประกอบการจึงเกิดการคิดวางแผนที่จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ โดยมณฑลเสฉวนเป็นอีกหนึ่งมณฑลที่มีจำนวนผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนเป็นอุตสาหกรรมการผลิตสุราขาวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนทั้งสิ้น 1,136 แห่ง ปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,280 แห่ง และ ปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,358 แห่ง (ฐานข้อมูลวิสาหกิจของประเทศจีน, 2566) จะเห็นได้ว่าจำนวนบริษัทที่ขึ้นทะเบียนเป็นอุตสาหกรรมการผลิตสุราขาวมีอัตราที่เพิ่มขึ้นตามนโยบายการสนับสนุนให้เกิดพื้นที่หลักในการผลิตสุราขาวระดับมณฑลอย่างไรก็ตามในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาพบว่า จำนวนบริษัทจดทะเบียนที่เพิ่มขึ้นแต่มีอัตราปริมาณการผลิตสุราขาวผกผันลดลงสูงถึงร้อยละ 89 (สำนักงานบริหารสถิติมณฑลเสฉวน, 2567) ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการขาดสมรรถนะความเป็นผู้ประกอบการที่จะสามารถวางแผนและจัดการให้ธุรกิจดำเนินการได้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด ตลอดจนขาดความรู้และความเข้าใจในวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาต่อยอดให้เกิดความแตกต่าง ที่เป็นเอกลักษณ์ในสินค้า และที่สำคัญขาดการนำองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการการผลิตและการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับรายงานข้อมูลการสำรวจสภาพเศรษฐกิจของมณฑล พบว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่ผลิตสุราขาวในมณฑลเสฉวนส่วนใหญ่ที่ไม่ประสบความสำเร็จเกิดจากการที่ผู้ประกอบการ

ขาดประสบการณ์และเข้าใจว่าการค้นคว้านวัตกรรมใหม่ๆ เป็นการเพิ่มต้นทุนทางธุรกิจมากกว่าเป็นการลงทุน จึงไม่สามารถเข้าถึงการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานบริหารสถิติมณฑลเสฉวน, 2567)

ดังนั้น การที่ผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาวในมณฑลเสฉวน จะมีความสำเร็จในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ได้นั้น จำเป็นต้องเริ่มต้นจากความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial) ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์พื้นฐานที่ธุรกิจควรให้ความสำคัญโดยต้องอาศัยทักษะต่างๆ ของผู้ประกอบการ เช่น ทักษะการจัดการ ทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ ทักษะการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และทักษะการสร้างนวัตกรรม เพื่อแก้ปัญหาและสร้างมูลค่าใหม่ให้แก่ผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ ตลอดจนความสามารถทางนวัตกรรม (Innovation Capability) ถือเป็นปัจจัยสำคัญขององค์กรที่จะแสดงศักยภาพและความสามารถในการสร้างและพัฒนาให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ เพื่อหนุนเสริม กระบวนการ การบริการ และรูปแบบธุรกิจในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด นอกจากนี้ การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ถือเป็นกลยุทธ์ที่สามารถดึงดูดใจผู้บริโภคให้รู้สึกถึงคุณค่าที่แตกต่างของทั้งสินค้าและบริการที่ไม่มีในผู้ประกอบการรายอื่นๆ และการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communications) ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ผู้ประกอบการจะนำมาช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดความอยู่รอดและการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างมั่นคง การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญขององค์กรที่จะทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดปัจจุบัน (Drucker, 1985; Barney and Hesterly, 2012; Kotler and Keller, 2016; Shimp and Andrews, 2017)

กลยุทธ์ดังที่กล่าวมาข้างต้น สามารถมาเป็นกรอบทิศทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่จะช่วยสร้างความความได้เปรียบทางการแข่งขัน อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีนได้ ซึ่งที่ผ่านมายังไม่มีการศึกษาถึงอิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรม การสร้างความแตกต่าง และการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาวในมณฑลเสฉวนอย่างสมบูรณ์ แต่มีเพียงบางส่วนที่ศึกษาถึงอิทธิพลการสร้าง ความแตกต่างต่อภาพลักษณ์แบรนด์และความภักดีของลูกค้าในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (กิตติศักดิ์ ประสพโชค, 2563) แต่ไม่ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของการสร้างความแตกต่างต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุรา ในขณะที่ Li (2020) ที่ศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างต่อความสำเร็จในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสุราจีนแบบระดับชั้นนำ แต่ไม่ได้ศึกษาถึงกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาวในมณฑลเสฉวน ประเทศจีน สำหรับ Liu (2021) ได้ศึกษาบทบาทของนวัตกรรมและความแตกต่างในการเติบโตของอุตสาหกรรมสุราจีน: ข้อมูลเชิงลึกจากโรงกลั่นระดับภูมิภาค แต่ไม่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของความสามารถทางนวัตกรรมและการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน

จากปัญหาและการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้พบช่องว่างในการศึกษาและเกิดความสนใจที่จะศึกษาตัวแบบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว โดยจะศึกษา ระดับความสำคัญและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรม การสร้างความแตกต่าง และการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาวในมณฑลเสฉวน ประเทศจีน เพื่อผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบการประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาวทั้งในมณฑลเสฉวนและมณฑลอื่นๆ ให้มีความสามารถทางการแข่งขันในตลาดต่อไปโดยผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นภาพกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิต สุราขาว
3. เพื่อศึกษาตัวแบบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงการวิจัยคุณภาพ (Qualitative research)

#### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรเป็น 2 กลุ่มตามขั้นตอนของการวิจัย ดังนี้  
 ขั้นตอนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นผู้ประกอบการระดับผู้บริหารในอุตสาหกรรมการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีนที่ได้จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2566 ด้วยทุนจดทะเบียนที่มากกว่า 5 ล้านบาทและมีปริมาณยอดขายสะสมรวม 3 ปีที่ผ่านมา มากกว่า 5,000 ตัน จำนวนทั้งสิ้น 1,358 แห่ง ซึ่งมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Hair et al. (2019) ที่เสนอว่าเกณฑ์ในการกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น (SEM) ประมาณ 10 ถึง 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งโครงสร้างในการวิจัยนี้มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 19 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเสถียรภาพและน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างควรมีจำนวนอย่างน้อยที่ 190-380 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างที่ 380 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรเป้าหมายด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในธุรกิจการผลิตสุราขาวที่มีทุนจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์มากกว่า 2,000 ล้านบาท และมีมูลค่าแบรนด์ (Corporate Brand Value) ที่มากกว่า 50 ล้านบาทขึ้นไป โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 2 แห่ง ซึ่งแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแต่ละแห่งเป็น 3 กลุ่มๆ ละ 1 คน รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 6 คน ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้บริหารระดับสูง 2) กลุ่มหัวหน้าระดับปฏิบัติการที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดแผนการดำเนินงาน และ 3) กลุ่มหัวหน้ากลุ่มนักวิชาการในการพัฒนาคุณภาพสุราขาว

#### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอนของการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในลักษณะแบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างผ่านเว็บไซต์ WJX.CN ซึ่งข้อคำถามจะเป็นตัวชี้วัดของตัวแปรต่างๆ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย อันประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านความเป็นผู้ประกอบการ 2) ด้านความสามารถทางนวัตกรรม 3) ด้านการสร้างความแตกต่าง 4) ด้านการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ และ 5) ด้านความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิตสุราขาว โดยโครงสร้างในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ตำแหน่งงาน รูปแบบธุรกิจ จำนวนพนักงาน มูลค่าสินทรัพย์ และระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามแบบปลายเปิดแบบหลายคำตอบ (Multiple Choice Questions) โดยให้เลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียวที่เป็นจริงมากที่สุด ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับระดับความสำคัญของตัวแปรที่ชี้วัดตัวแบบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาวมณฑลเสฉวน ประเทศจีน ประกอบด้วย 5 ส่วน ซึ่งแต่ละส่วนให้เลือกตอบ 5 ระดับ จำนวนรวมทั้งสิ้น 79 ข้อคำถาม และตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะที่ลักษณะข้อคำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอข้อคิดเห็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้วยการนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา (Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม (IOC) ในทุกข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมีค่า IOC เป็นไปตามเกณฑ์ที่มีค่ามากกว่า 0.5 (สุรพงษ์ คงสัตย์ และ ธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551) จากนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตสุราขาวมณฑลกุ้ยโจวและมณฑลซานซี ประเทศจีน จำนวน 30 คน ซึ่งผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability test) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในทุกข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.320-0.823 โดยถือว่าทุกข้อคำถามมีความสอดคล้องกับมาตรวัดในระดับที่ยอมรับได้ที่ค่าอำนาจจำแนกชายข้อ (Corrected Item-total correlation) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.2 (Nunnally and Bernstein, 1994) และค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) ของทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.721-0.914 ซึ่งถือว่าทุกตัวแปรมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ที่ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟามากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 (Nunnally and Bernstein, 1994) แสดงได้ว่าแบบสอบถามฉบับนี้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไปได้

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในลักษณะของแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในส่วนของความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์พบว่า ทุกข้อคำถามมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา มีความเหมาะสม มีความชัดเจนของภาษา และครอบคลุมสอดคล้องกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีค่า IOC ในทุกข้อคำถามตั้งแต่ 0.67-1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ค่า IOC มากกว่า 0.5 (สุรพงษ์ คงสัตย์ และ ธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2551) แสดงได้ว่าแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลต่อไปได้

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนของการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ใช้สถิติพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ระดับความสำคัญ และใช้เทคนิคการวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง (SEM) ในการตรวจสอบขนาดอิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรม การสร้างความแตกต่าง และการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิตสุราขาว และตรวจสอบขนาดอิทธิพลของกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิตสุราขาว และใช้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรที่สังเกตได้ (Factor loading) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) ในการวิเคราะห์รูปแบบ (Model) กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้หลักการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic induction) ในลักษณะของการตีความทั้งนัยนิตินิยม (Constructions) และนัยนิยม (Interpretive) (สุภางค์ จันทวานิช, 2547) พร้อมคัดเลือกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ออกเป็นส่วนๆ ที่

มีความหมายสอดคล้องใกล้เคียงกันตัดข้อมูลที่ซ้ำซ้อนออก เพื่อนำข้อมูลมาสร้างข้อสรุปที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดของการวิจัย และตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

## ผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยเป็น 3 ส่วน โดยแสดงรายละเอียด ดังนี้

### 1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 380 แห่ง พบว่า ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 42.89 ซึ่งในจำนวนนี้ภายในองค์กรส่วนใหญ่ มีจำนวนพนักงานทั้งหมดอยู่ระหว่าง 151-200 คน ที่จำนวน 109 แห่งคิดเป็นร้อยละ 28.68 ภายใต้จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 5-10 ล้านบาท ที่จำนวน 148 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 38.95 และระยะเวลาของการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 5-10 ปี ที่จำนวน 187 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 49.21

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความสำคัญของกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน ผลการศึกษาระดับความสำคัญพบว่า กลยุทธ์ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีระดับความสำคัญสูงสุด ( $\bar{X}$  = 4.36; S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านที่เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}$  = 4.64; S.D. = 0.49) การสร้างความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ ( $\bar{X}$  = 4.54; S.D. = 0.52) การสร้างความแตกต่างด้านบริการ ( $\bar{X}$  = 4.45; S.D. = 0.24) และการสร้างความแตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X}$  = 3.80; S.D. = 0.39) ตามลำดับ ส่วนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการมีระดับความสำคัญรองเป็นอันดับสอง ( $\bar{X}$  = 4.30; S.D. = 0.36) กลยุทธ์ความสามารถทางนวัตกรรมมีระดับความสำคัญเป็นอันดับสาม ( $\bar{X}$  = 4.14; S.D. = 0.30) และตามด้วยกลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการ ( $\bar{X}$  = 4.05; S.D. = 0.36)

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาอิทธิพลกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน

โดยผู้วิจัยเริ่มจากการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาด้วยค่าสถิติ (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO) และค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร (Bartlett's test of Sphericity) ซึ่งแสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติ KMO และ Bartlett's test

รายละเอียด		ผลการวิเคราะห์
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0.883
Bartlett's test of Sphericity	Approximate Chi-square	3437.992
	Degrees of freedom	171
	Significance	.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรสังเกตได้จำนวน 19 ตัวแปรที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิตสุราขาวนั้น มีค่าสถิติ KMO เท่ากับ 0.883 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงได้ว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบได้ในระดับดีมาก (Hair et al., 2019) และเมื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติด้วย Bartlett's test of Sphericity พบว่าค่า Approximate Chi-square เท่ากับ 3437.992 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 แสดงได้ว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแตกต่างจากเมทริกซ์หน่วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 โดยทุกคู่ของตัวแปรมีความเหมาะสมสำหรับใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างได้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ดำเนินการวิเคราะห์ความสอดคล้องของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปร (Factor Loading) ค่าความสอดคล้องภายใน (Cronbach's Alpha) และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extraction: AVE) และค่าความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite Reliability: CR) ซึ่งแสดงผลดังตารางที่ 2

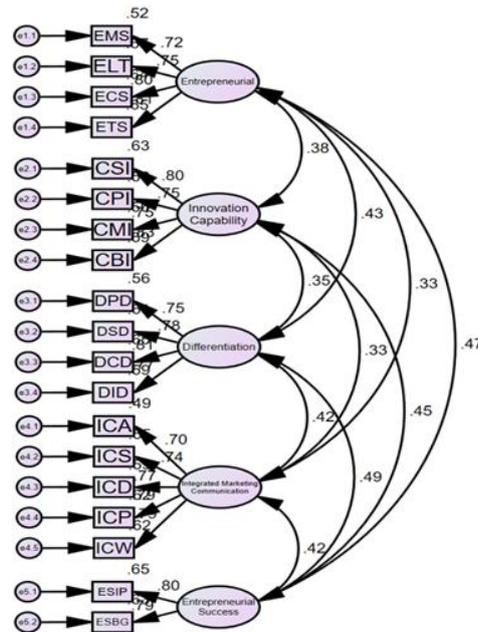
**ตารางที่ 2** ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

Latent	Manifest	Factor Loading	Cronbach's Alpha	AVE	CR
ความเป็นผู้ประกอบการ Entrepreneurial	EMS	0.721	0.914	0.854	0.596
	ELT	0.755			
	ECS	0.801			
	ETS	0.808			
ความสามารถทางนวัตกรรม Innovation Capability	CSI	0.796	0.721	0.861	0.609
	CPI	0.746			
	CMI	0.745			
	CBI	0.832			
การสร้างความแตกต่าง Differentiation	DPD	0.750	0.887	0.859	0.604
	DSD	0.784			
	DCD	0.808			
	DID	0.766			
การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ Integrated Marketing Communications	ICA	0.697	0.893	0.870	0.573
	ICS	0.742			
	ICD	0.768			
	ICP	0.790			
	ICW	0.786			
ความสำเร็จของผู้ประกอบการ Entrepreneurial Success	ESIP	0.805	0.794	0.778	0.636
	ESBG	0.791			

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของทุกตัวแปรสังเกตได้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.721- 0.832 ซึ่งสามารถยอมรับได้ที่ค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .50 (Hair et al., 2019) สำหรับความสอดคล้องภายในระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงมีค่า Cronbach's Alpha อยู่ระหว่าง 0.721-0.914 ซึ่งความเชื่อมั่นเป็นไปตามเกณฑ์ที่มากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 (Nunnally, 1978) โดยค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.778 - 0.870 ซึ่งสามารถยอมรับได้ที่ค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .50 (Hair et al., 2019) ตามผลการวิเคราะห์ค่าสถิติดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝงทั้ง 5 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในระดับที่ยอมรับได้และมีความเหมาะสมสำหรับใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างต่อไปได้

การวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้าง (Structural model) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราชาวมณฑลเสฉวน ประเทศจีน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่า Relative Chi – square ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 1.076 ซึ่งมีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่ไม่เกิน 3.00, ค่า Goodness of Fit Index (GFI) เท่ากับ 0.960 ซึ่งมีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่มากกว่า 0.90, ค่า Comparative of Fit Index (CFI) เท่ากับ 0.997 ซึ่งมีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่มากกว่า 0.90, ค่า Normal Fit Index (NFI) เท่ากับ 0.956 ซึ่งมีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่มากกว่า 0.90, ค่า Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) เท่ากับ 0.014 ซึ่งมีค่าเป็นไป

ตามเกณฑ์ที่น้อยกว่า .05 และค่า Standardized Root Mean Squared Residual (SRMR) เท่ากับ 0.030 ซึ่งมีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่น้อยกว่า .05 โดยผลการวิเคราะห์ในครั้งนี้ ถือว่ายอมรับได้ทางสถิติซึ่งไม่ได้ผ่านการปรับแต่งตัวแบบแต่อย่างใด ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือวัดที่มีความเที่ยงตรงและมีความเชื่อถือได้ที่อิงจากทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับและงานวิจัยที่ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องอย่างเหมาะสม ตลอดจนขนาดตัวอย่างมีจำนวนเหมาะสมที่เพียงพอต่อการนำไปวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งสามารถช่วยหนุนเสริมให้ตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตั้งแต่ครั้งแรก โดยโครงสร้างกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุรชาวมณฑลเสฉวน ประเทศจีน เป็นดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์หองศ์ประกอบเชิงยืนยันของโครงสร้างกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุรชาวมณฑลเสฉวน ประเทศจีน

สำหรับผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรแฝงที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุรชาวมณฑลเสฉวน ประเทศจีน สามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรแฝง

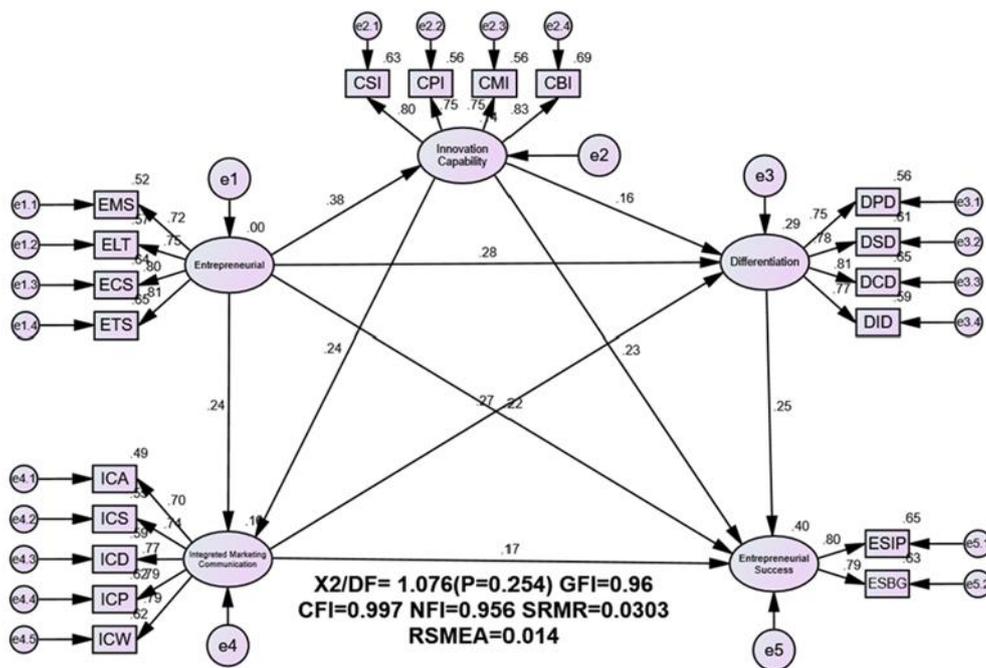
ตัวแปรแฝง อิทธิพล	ความเป็นผู้ประกอบการ			ความสามารถทางนวัตกรรม			การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ			การสร้างความแตกต่าง		
	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE
ความเป็นผู้ประกอบการ				0.376**	0.376**	-	0.332**	0.090**	0.242**	0.426**	0.276**	0.158**
ความสามารถทางนวัตกรรม							0.239**	0.239**	-	0.226**	0.162**	0.064**
การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ										0.270**	0.270**	-
ความสำเร็จของผู้ประกอบการ	0.466**	0.218**	0.248**	0.323**	0.225**	0.097**	0.241**	0.174**	0.067**	0.247**	0.247**	-

หมายเหตุ TE: อิทธิพลรวม, DE: อิทธิพลทางตรง, IE: อิทธิพลทางอ้อม

จากตารางที่ 3 พบว่า ทุกตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรแฝงที่มีอิทธิพลทางตรงสูงที่สุดเป็นด้านการสร้างความแตกต่างที่ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.247 รองลงมาเป็น

ตัวแปรแฝงด้านความสามารถทางนวัตกรรมที่ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.225 ส่วนตัวแปรแฝงด้านความเป็นผู้ประกอบการมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.218 และตัวแปรแฝงด้านการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.174 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาตัวแบบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน จากการทดสอบความสอดคล้องของรูปแบบสมการโครงสร้างกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน พบว่า ตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน โดยพิจารณาจากความสอดคล้องจากค่า Relative Chi – square ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 1.076 ซึ่งมีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่ไม่เกิน 3.00 ส่วนผลการวิเคราะห์ค่า Goodness of Fit Index (GFI) ค่า Comparative of Fit Index (CFI) และค่า Normal Fit Index (NFI) เท่ากับ 0.960, 0.997 และ 0.956 ตามลำดับ ซึ่งทั้งสองค่ามีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่มากกว่า 0.90 นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ค่า Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) และค่า Standardized Root Mean Squared Residual (SRMR) เท่ากับ 0.014 และ 0.030 ตามลำดับ ซึ่งทั้งสองค่ามีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่น้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ตัวแบบที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ กล่าวคือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ส่วนกลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์ความสามารถทางนวัตกรรม และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการต่างมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ตัวแบบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่พัฒนาขึ้นมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.706 แสดงได้ว่า ตัวแปรแฝงทั้งหมดในตัวแบบทั้ง 4 กลยุทธ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีนได้ร้อยละ 70.60 โดยสามารถแสดงตัวแบบได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ตัวแบบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

## 2. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยนำกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีนจากการวิจัยเชิงปริมาณมาศึกษาเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง

เพื่อยืนยันและสนับสนุนกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว ที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มผู้บริหารระดับสูงมีความคิดเห็นว่า กลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว ดังตัวอย่างคำพูดของผู้ให้ข้อมูลที่ได้อธิบายว่า “ผู้ที่มีความเป็นผู้ประกอบการสูงจะสามารถใช้โอกาสให้เกิดประโยชน์และปรับตัวได้เร็วกว่า ภายใต้การสร้างและรักษาความแตกต่างอย่างยั่งยืน” ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลอีกกลุ่มกล่าวว่า “ผู้ประกอบการที่ใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงบูรณาการได้อย่างลงตัว จะสามารถสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง และสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ และสร้างความภักดีในหมู่ผู้บริโภคได้” หรือ “การที่โรงงานสามารถนำนวัตกรรมมาใช้ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีการกลั่นแบบใหม่หรือการใช้จุลินทรีย์ที่ช่วยพัฒนารสชาติ จะสามารถสร้างจุดขายและความได้เปรียบทางการแข่งขันได้” ซึ่งได้สะท้อนถึงความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว

อย่างไรก็ตาม มุมมองของผู้ให้ข้อมูลข้างต้นมีจุดเน้นที่แตกต่างกันบ้าง แต่ก็ได้ยอมรับว่าทั้งกลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์ความสามารถทางนวัตกรรม กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ มีบทบาทสำคัญที่ต้องนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน เพื่อให้เกิดความสำเร็จสูงสุดในธุรกิจการผลิตสุราขาว โดยผู้ประกอบการที่มีความเป็นผู้นำและสามารถบริหารธุรกิจได้ดี (ความเป็นผู้ประกอบการ) จะมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง การนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต (ความสามารถทางนวัตกรรมและการสร้างความแตกต่าง) จะช่วยสร้างความได้เปรียบและเพิ่มมูลค่าสินค้า นอกจากนี้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ดี (การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ) เป็นกุญแจสำคัญในการทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จักและเติบโตได้ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ในภาพรวมของทั้ง 4 กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีระดับความสำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน โดยเฉพาะกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการเล็งเห็นว่าตลาดสุราขาวในประเทศมีการแข่งขันที่สูง การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ เช่น รสชาติ การบรรจุภัณฑ์ หรือแหล่งผลิตที่แตกต่างและเป็นที่ยอมรับ จะเป็นกุญแจสำคัญที่ดึงดูดลูกค้าได้เป็นอย่างดีและช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันและเติบโตในตลาดได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1985) ที่ระบุว่าธุรกิจที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนได้ จะสามารถเพิ่มมูลค่าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Jian (2020) ที่พบว่า การสร้างความแตกต่างด้านรสชาติที่โดดเด่นและการเน้นภาพลักษณ์ระดับพรีเมียมของแบรนด์สุราขาว สามารถส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จในตลาดจีน โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง การวางตำแหน่งแบรนด์ที่ชัดเจนและการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมจีนส่งผลให้ธุรกิจสามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันและมีการเติบโตที่ยั่งยืนได้

2. จากการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปรในตัวแบบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน พบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสูงที่สุด ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างจะทำให้ธุรกิจสามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา (Price War) และสามารถกำหนดราคาที่สูงขึ้นได้ เนื่องจากลูกค้ามองเห็นคุณค่าที่แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น สอดคล้องกับ Porter (1985) ที่ได้เสนอว่ากลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่จะช่วยให้ธุรกิจไปสู่ความสำเร็จและสร้างผลกำไรที่สูงขึ้นได้ และยังคงสอดคล้องกับทฤษฎีทรัพยากรและขีดความสามารถขององค์กร (Resource-Based View: RBV) ของ Barney (1991) ที่ได้เสนอว่า ทรัพยากรและความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กร เช่น นวัตกรรม แบรนด์ เทคโนโลยี และการบริการลูกค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้าง

ความแตกต่างจากคู่แข่ง และเป็นแหล่งที่มาของความได้เปรียบทางการแข่งขันระยะยาว ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล โดยทุกท่านเห็นพ้องกันว่า การสร้างความแตกต่างเป็นกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้าง ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ถือหัวใจสำคัญที่สุด การให้บริการที่แตกต่างอย่างเป็นเลิศ การใช้ช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายเหมาะสม และการสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่แตกต่างอย่างชัดเจน ล้วนเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการที่สามารถนำกลยุทธ์เหล่านี้ไปใช้ได้อย่างเหมาะสม จะมีโอกาสเติบโตและสร้างฐานลูกค้าได้อย่างมั่นคง ในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงได้

3. ตัวแบบที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า การผสมกลยุทธ์ด้านความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรม การสร้างความแตกต่าง และการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิตสุราขาวของมณฑลเสฉวนประสบความสำเร็จ ภายใต้ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่จะสามารถพัฒนาแบรนด์ให้เกิดการแข่งขันในระดับประเทศและนานาชาติได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lumpkin and Dess (1996) ที่ชี้ให้เห็นว่าความเป็นผู้ประกอบการ อันประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ ความริเริ่มสร้างสรรค์, ความพร้อมในการรับความเสี่ยง, การเป็นผู้นำเชิงรุก, การแข่งขันเชิงรุก และความเป็นอิสระมีผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ยังสอดคล้องกับ Tidd, Bessant and Pavitt (2005) ที่ได้กล่าวว่า ความสามารถทางนวัตกรรม มีบทบาทสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะธุรกิจสุราขาวของประเทศจีนที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันจากทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ ความสามารถด้านนวัตกรรม จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างมีบทบาทสำคัญในการสร้างแบรนด์ โดยเฉพาะความแตกต่างในรสชาติและกรรมวิธีการผลิต โดยได้สอดคล้องตามแนวคิดของ Porter (1985) ที่กล่าวว่า การใช้กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างช่วยให้ธุรกิจสามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้ นอกจากนี้ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการสามารถช่วยให้เกิดการ สร้างแบรนด์และขยายตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของ Kotler and Keller (2012) ที่ได้สนับสนุนว่าการสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์และเพิ่มยอดขายได้

### สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ 3 ข้อ ดังนี้

1. ทุกกลยุทธ์มีระดับความสำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน โดยกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างมีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาเป็นกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ กลยุทธ์ความสามารถทางนวัตกรรม และกลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการ ตามลำดับ

2. กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกสูงที่สุดต่อผลความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว รองลงมาได้แก่ กลยุทธ์ความสามารถทางนวัตกรรม กลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการ และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ตามลำดับ สำหรับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากกลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์ความสามารถทางนวัตกรรม และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ที่ส่งผ่านตัวแปรกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง ตามลำดับ

3. ตัวแบบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตสุราขาว มณฑลเสฉวน ประเทศจีนได้ร้อยละ 70.60 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าตัวแบบที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ได้จริง

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลจากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกมากที่สุดต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิตสุราขาว ฉะนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนาเอกลักษณ์ของรสชาติและสูตรเฉพาะด้วยการใช้เทคนิคการหมักบ่มหรือวัตถุดิบที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ข้าวอินทรีย์ หรือวิธีการผลิตดั้งเดิมที่ทันสมัย เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง หรือการพัฒนาสินค้าสู่ระดับพรีเมียมด้วยการขยายไลน์ผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าระดับพรีเมียม และเน้นการสร้างความสำเร็จให้กับลูกค้าด้วยมาตรฐานการผลิตที่ชัดเจน เช่น HACCP หรือ GMP พร้อมกับระบุแหล่งที่มาของวัตถุดิบ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ให้มีเอกลักษณ์แตกต่างด้วยการใช้สตอรี่ของแบรนด์ หรือการสร้างภาพลักษณ์ด้วยการใช้กลยุทธ์การตลาดผ่าน Influencer และสื่อออนไลน์ รวมถึงผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการอบสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ เช่น ส่วนลด ของแถม หรือการสะสมแต้มเพื่อรับของรางวัล หรือการสร้างความแตกต่างด้วยระบบขนส่งที่มีมาตรฐาน เช่น การบรรจุภัณฑ์ป้องกันการแตกหัก หรือการรับประกันคุณภาพสินค้า เป็นต้น
2. ผลจากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิตสุราขาว รองเป็นอันดับสอง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ด้วยการลงทุนวิจัยเพื่อพัฒนาสูตรสุราขาวที่มีเอกลักษณ์ เช่น สุราขาวที่มีสูตรที่มีกรดปริมาณแอลกอฮอล์เพื่อตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ หรือการเพิ่มมิติของรสชาติด้วยการผสมผสานวัตถุดิบระดับพรีเมียม เช่น น้ำผึ้ง หรือผลไม้ท้องถิ่น เป็นต้น อีกทั้งยังควรให้ความสำคัญกับความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการผลิตที่นำเทคโนโลยีเข้ามาปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังสามารถให้ความสำคัญกับนวัตกรรมด้านการตลาด ด้วยการสร้างแบรนด์แบบเล่าเรื่องราวความเป็นมาของสุราขาว (Brand Storytelling) เช่น กรรมวิธิดั้งเดิมจากท้องถิ่น และแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงการเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เฉพาะทางของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น
3. ผลจากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิตสุราขาว เช่นกัน ดังนั้น ในธุรกิจสุราขาวควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีทักษะด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการให้แตกต่าง รวมถึงเพิ่มเม็ดเงินสำหรับการลงทุนในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต เพื่อลดต้นทุนเพิ่มคุณภาพ และทำให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรพัฒนาเครือข่ายและการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ด้วยการทำความร่วมมือกับนักวิจัยหรือนักวิทยาศาสตร์ด้านอาหาร เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงปรับปรุงกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับมาตรฐาน GMP และ ISO เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของลูกค้า ตลอดจนองค์กรและผู้ประกอบการควรเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ ด้วยการสร้างทีมงานที่กล้าคิด กล้าทำ และให้ออกสพนักงานได้เสนอไอเดียใหม่ๆ พร้อมสนับสนุนการอบรมและพัฒนาทักษะของบุคลากร โดยเฉพาะด้านนวัตกรรมและ การบริหารจัดการ
4. ผลจากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจการผลิตสุราขาว เช่นกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การขายตรงด้วยการสร้างเครือข่ายตัวแทนจำหน่าย ภายใต้การคัดเลือกตัวแทนที่มีศักยภาพ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้โดยตรง ตลอดจนพัฒนาทีมขายที่เชี่ยวชาญ ด้วยการจัดอบรมให้ทีมขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เทคนิคการนำเสนอ และความสามารถในการปิดการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การโฆษณาด้านการส่งเสริมการขายด้วยการจัดโปรโมชั่นพิเศษในช่วงเวลาสำคัญ เช่น ช้อป 2 แกรม 1 หรือส่วนลดพิเศษในเทศกาลต่างๆ เป็นต้น รวมถึงผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การโฆษณาด้วยการสร้างสตอรี่แบรนด์ ตลอดจนการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบปากต่อปากด้วยการกระตุ้นให้ลูกค้าแชร์ประสบการณ์บนโซเชียลมีเดีย หรือการใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ด้วยการสร้างข่าวเชิงบวกเกี่ยวกับแบรนด์ เน้นการออกข่าวเกี่ยวกับกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน หรือการสนับสนุนเกษตรกรท้องถิ่นที่ใช้วัตถุดิบจากแหล่งธรรมชาติ เป็นต้น จะสามารถสร้างการรับรู้ ดึงดูดลูกค้าใหม่ และรักษาลูกค้าเก่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งต่อไป สามารถขยายขอบเขตของการวิจัยและเพิ่มคุณค่าทางวิชาการในหลายๆ มิติ ดังนี้

1. การศึกษาครั้งต่อไป ควรขยายกรอบการศึกษาไปยังตลาดหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ศึกษาเปรียบเทียบธุรกิจการผลิตสุรขาวในมณฑลเสฉวนกับภูมิภาคอื่นของประเทศจีน หรือวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกลยุทธ์การแข่งขันในตลาดจีนที่มีความแตกต่างจากตลาดต่างประเทศ

2. การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อกลยุทธ์การแข่งขัน เช่น การวิเคราะห์ผลกระทบของนโยบายและกฎหมาย หรือมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจมีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจ หรือศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Gen Z, Millennials) ที่อาจมีพฤติกรรมการบริโภคสุรขาวแตกต่างจากกลุ่มลูกค้าดั้งเดิม

## เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ ประสพโชค. (2563). ผลกระทบของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างต่อภาพลักษณ์แบรนด์และความภักดีของลูกค้าในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์: กรณีศึกษาบริษัทสุราชั้นนำในประเทศไทย. *วารสารการจัดการ*, 18(3), 78-95.
- ฐานข้อมูลวิสาหกิจของประเทศจีน. (2566). การวิเคราะห์ภาพรวมของบริษัทสุราในมณฑลเสฉวนประจำปี พ.ศ. 2565. สืบค้นจาก: <https://www.stats.gov.cn/>
- ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2566). เหล้าขาวราคาดีดแรง คนรุ่นใหม่นิยมไวน์. สืบค้นจาก <https://globthailand.com/>
- สำนักงานบริหารสถิติมณฑลเสฉวน. (2567). เสฉวนเผยข้อมูลสำคัญด้านการพัฒนาเศรษฐกิจปี 2566 ผลผลิตสุราลดลง 3.7%. สืบค้นจาก <https://tjj.sc.gov.cn/>
- สุภางค์ จันทวานิช. (2547). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวงศ์. (2551). การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (IOC). สืบค้นจาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barney, J., and Hesterly, W. (2012). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases* (6<sup>th</sup> ed.). Edinburgh: Pearson Education.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper & Row.
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M. and Ringle, C.M. (2019). When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31, 2-24.
- Jian, L. (2020). The Impact of Differentiation Strategies on the Competitive Success of Chinese Liquor Industry: A Study of Leading Baijiu Brands. *Journal of Chinese Business Studies*, 14(3), 245-262.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14<sup>th</sup> ed.). Edinburgh: Pearson Education.
- Kotler, P., and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15<sup>th</sup> ed.). Edinburgh: Pearson Education.
- Li, J. (2020). The Impact of Differentiation Strategies on the Competitive Success of Chinese Liquor Industry: A Study of Leading Baijiu Brands. *Journal of Chinese Business Studies*, 14(3), 245-262.
- Liu, X. (2021). The Role of Innovation and Differentiation in the Growth of the Chinese Liquor Industry: Insights from Regional Distilleries. *China Journal of Industrial Economics*, 19(4), 325-341.
- Lumpkin, G. T. and Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *Academy of Management Review*, 21, 135-172.
- Nunnally, J. C., and Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.

Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.

Shimp, T. A., and Andrews, J. C. (2017). *Advertising, promotion, and other aspects of integrated marketing communications* (9<sup>th</sup> ed.). Cengage Learning.

Tidd, J., Bessant, J., and Pavitt, K. (2005). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*. John Wiley & Sons.

# การเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตขมิ้นชันของกลุ่มสมุนไพรจังหวัดสุรินทร์ โดยใช้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้

## Strengthening the Turmeric Production Capacity of the Herbal Group in Surin Province by the Learning Organization Model

ชนมณัฐชา กังวานศุภพันธ์<sup>1\*</sup> ธารินี มีเจริญ<sup>2</sup> อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์<sup>3</sup>

Chonnatcha Kungwansupaphan<sup>1\*</sup> Tarinee Meecharoen<sup>2</sup> Ubonwan Suwannaputit<sup>3</sup>

Corresponding Author's Email: ckjan55@gmail.com

(Received: February 14, 2025; Revised: December 26, 2025; Accepted: December 30, 2025)

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์และพัฒนาตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถการผลิตขมิ้นชันของกลุ่มผู้ผลิตสมุนไพรในจังหวัดสุรินทร์ และ 2) ประเมินผลการนำตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ไปใช้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถของกลุ่มผู้ผลิตสมุนไพรในจังหวัดสุรินทร์ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยออกแบบให้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการทำวิจัย ได้แก่ สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตขมิ้นชันจำนวน 41 คน จากบ้านตะเคียน ตำบลตะเคียน อำเภอทาบึง บ้านกันตวจระมวล ตำบลกันตวจระมวล อำเภอปราสาท และบ้านโชค ตำบลตาเบา อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยได้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถการผลิตขมิ้นชันของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ เป้าหมายการเรียนรู้ ความรู้ ผู้เรียน ผู้ถ่ายทอด กิจกรรมการเรียนรู้ และพื้นที่การเรียนรู้ รายละเอียดที่กำหนดไว้ในตัวแบบดังกล่าวนำไปใช้จัดกิจกรรมเสริมสร้างขีดความสามารถการผลิตขมิ้นชันของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยหลังเข้ารับการพัฒนามตามตัวแบบดังกล่าว ในภาพรวมกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่อง 1) ความรู้ โดยมีผลการประเมินผ่านเกณฑ์ประเมินความรู้ทุกคน (ร้อยละ 100) และ 2) สมรรถนะ โดยมีผลการประเมินตามเกณฑ์ประเมินนวัตกรรมชุมชนผ่านตั้งแต่ระดับ 2-4 ในด้านความรู้/เทคโนโลยี ด้านเครือข่ายและความร่วมมือ และด้านการระดมทุนการจัดการเรียนรู้ ในขณะที่ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถการผลิตขมิ้นชันประเมินผลการนำไปใช้พบว่า มีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายนอก บริบทของชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

**คำสำคัญ:** กลุ่มผู้ผลิตขมิ้นชัน ขีดความสามารถ นวัตกรรมชุมชน องค์กรแห่งการเรียนรู้

### Abstract

This research aims to: 1) analyze and develop a learning organization model to enhance the turmeric production capacities of herbal producer groups in Surin Province; and 2) evaluate the application of this learning organization model in strengthening the capacities of herbal producer groups. The research follows a qualitative, participatory action research design. The key informant consists of 41 turmeric producer group members from three communities in Surin Province: Ban Takian in Takian Subdistrict, Kab Choeng District; Ban Kantajaramuan in Kantajaramuan Subdistrict, Prasat District; and Ban Chok in Tabeu Subdistrict, Prasat District. The research findings proposed a learning organization model for strengthening turmeric production capacities among the target groups, which includes six components: learning objectives, knowledge, learners, instructors, learning activities, and learning

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาการจัดการวิศวกรรมและเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำสาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

<sup>1</sup> Lecturer, Business Administration, Faculty of Management Science, Surin Rajabhat University

<sup>2</sup> Lecturer, Engineering and Technology Management, Faculty of Industrial Technology, Surin Rajabhat University

<sup>3</sup> Lecturer, Business Administration, Faculty of Management Science, Surin Rajabhat University

spaces. The specified details within this model were applied to organize activities that strengthen the turmeric production capabilities of the target group. After participating in the development program, the target group showed an overall improvement in two main areas: 1) Knowledge, with all participants meeting the knowledge assessment criteria (100%), and 2) Competencies, with community innovator assessment results ranging from levels 2 to 4 across knowledge/technology, networking and collaboration, and learning process management. The evaluation of the learning organization model's application revealed that external environmental factors, community context, and stakeholders are additional factors influencing its effectiveness.

**Keywords:** turmeric producer group, capacity, community innovator, learning organization

## ความเป็นมาของปัญหา

สมุนไพรเป็นทรัพยากรสำคัญทางชีวภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-Circular-Green Economy: BCG) ซึ่งเป็นนโยบายสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยได้จัดทำแผนแม่บทแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาสมุนไพรไทย ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560-2564 เป็นกรอบในการพัฒนาสมุนไพรของประเทศ ภายใต้แผนแม่บทดังกล่าว “เมืองสมุนไพร” เป็นแนวทางหนึ่งที่น่ามุ่งเน้นให้พื้นที่ดำเนินการส่งเสริมการพัฒนาสมุนไพรให้เข้าสู่ระบบสุขภาพและระบบเศรษฐกิจแบบครบวงจรในระดับจังหวัด (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Public Health, 2020) โดยได้คัดเลือกจังหวัดทั่วประเทศจำนวน 14 จังหวัดให้เป็นจังหวัดนำร่อง “เมืองสมุนไพร” ของประเทศ ซึ่งการคัดเลือกดังกล่าวพิจารณาจากหลายปัจจัยประกอบกัน ซึ่งจังหวัดสุรินทร์เป็น 1 ใน 14 จังหวัดที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นเมืองสมุนไพรเนื่องจากมีศักยภาพด้านการใช้ประโยชน์ทางการเกษตรเพื่อพัฒนาสมุนไพรเข้าสู่ตลาดกลางวัตถุดิบแปรรูปสมุนไพร (Office of the Prime Minister, 2021) นอกจากนี้ คณะกรรมการนโยบายสมุนไพรแห่งชาติ ได้กำหนดให้ “ฟ้าทะลายโจร ขมิ้นชัน กระชายดำ” เป็น “Herbal Champion” ของประเทศไทย หรือเป็นสมุนไพรที่มีความพร้อมในการพัฒนาตามห่วงโซ่การพัฒนาสมุนไพร (National Herbal Policy Committee, 2023) สอดรับกับแนวทางการพัฒนาสมุนไพรของจังหวัดสุรินทร์ที่ระบุให้ ขมิ้นชัน เป็นหนึ่งในพืชสมุนไพรมุ่งเป้าที่ให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้เป็นพืชที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจให้กับผู้ผลิตในชุมชนต่างๆ (Burana, 2023)

ในขณะเดียวกัน กระแสความนิยมผลิตภัณฑ์สมุนไพรของผู้บริโภคมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั่วโลก โดยสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ระบุว่ามูลค่าการส่งออกสมุนไพรของประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและยังคงเป็นผู้นำการส่งออกสมุนไพรอันดับ 1 ของอาเซียน รวมทั้งคาดการณ์ว่าตลาดสมุนไพรในประเทศไทยปี 2570 จะมีมูลค่า 1 แสนล้านบาท ในขณะที่ตลาดสมุนไพรโลก คาดการณ์ว่าในปี 2573 จะมีมูลค่าถึง 2.7 ล้านล้านบาทโดยสมุนไพรหลายชนิด เช่น ขมิ้นชันมีแนวโน้มเติบโตและได้รับความนิยมทั้งในประเทศไทยและตลาดโลก (Forbes Thailand, 2024) เนื่องจากมีคุณประโยชน์ซึ่งเป็นที่ต้องการในหลายอุตสาหกรรมทั้งเครื่องสำอาง ยา และการแพทย์ทางเลือก โดยโรงพยาบาลที่ผลิตยาสมุนไพรในจังหวัดสุรินทร์มีความต้องการรับซื้อขมิ้นชัน ในแต่ละปีประมาณ 5,000 กิโลกรัม ในขณะที่ตลาดทั้งในและนอกจังหวัดสุรินทร์ก็มีความต้องการขมิ้นชันทั้งแบบสดและแห้ง (Suwannaput et al., 2023) จึงเป็นโอกาสสำหรับจังหวัดสุรินทร์ที่จะพัฒนาศักยภาพด้านสมุนไพรและขับเคลื่อนจังหวัดสู่การเป็นเมืองสมุนไพร ทั้งนี้ การใช้ประโยชน์จากโอกาสดังกล่าว ต้องเริ่มจากการพัฒนาและเสริมสร้างขีดความสามารถของชุมชน (Community Capacity) เนื่องจากเป็นหน่วยพื้นฐานที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมในด้านต่างๆ ชุมชนที่มีขีดความสามารถจะสามารถเชื่อมโยงทุนมนุษย์ องค์กร และเครือข่ายสังคมที่มีอยู่ภายในชุมชนเพื่อใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาส่วนรวมและปรับปรุงหรือรักษาความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน (Pujo et al. 2018)

อย่างไรก็ตาม การเสริมสร้างขีดความสามารถของชุมชนต้องพิจารณาเลือกใช้กระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม คำนึงถึงบริบทท้องถิ่น วัฒนธรรม ปัญหา/ความต้องการเฉพาะของชุมชน รวมทั้งการประยุกต์ใช้แนวคิดต่างๆ ที่สอดคล้องกันจึงจะช่วยให้การเสริมสร้างขีดความสามารถของชุมชนเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม งานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้แนวคิด “องค์กรแห่งการเรียนรู้” (Learning

Organization)” เป็นกรอบในการวิจัยโดยมุ่งเน้นพัฒนาตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ใช้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตสมุนไพรซึ่งผลิตขมิ้นชันในพื้นที่อำเภอปราชญ์และกาบเชิง ซึ่งมีการปลูกและแปรรูปสมุนไพรกระจายอยู่ในพื้นที่มีการรวมตัวกันทั้งที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจผู้ผลิตสมุนไพรจำนวน 2 กลุ่ม และเป็นเครือข่ายอย่างไม่เป็นทางการหรือผู้ผลิตรายย่อยส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการตรวจรับรองแปลงตามแนวทางการปฏิบัติการทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืชสมุนไพร (Suwannaputit et al., 2023) ทั้งนี้ แนวคิดขององค์กรแห่งการเรียนรู้เชื่อมโยงกับการเสริมสร้างขีดความสามารถของชุมชนเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมเนื่องจากให้ความสำคัญกับการขยายขีดความสามารถของคนในองค์กรโดยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่พวกเขาต้องการและเห็นภาพรวมทั้งหมดร่วมกัน (Senge, 1990) อีกทั้งเป็นองค์กรที่มีทักษะในการสร้าง แสวงหา และถ่ายโอนความรู้ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อสะท้อนความรู้และข้อมูลเชิงลึกใหม่ (Garvin, 1993) ตัวแบบที่พัฒนาขึ้นมีองค์ประกอบเป็นไปตามกระบวนการขององค์กรแห่งการเรียนรู้ตาม ประกอบด้วย การแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ การทดลองแนวทางใหม่ การเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเองและที่ผ่านมา การเรียนรู้จากประสบการณ์และแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดของผู้อื่น และการถ่ายทอดความรู้ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (Garvin, 1993)

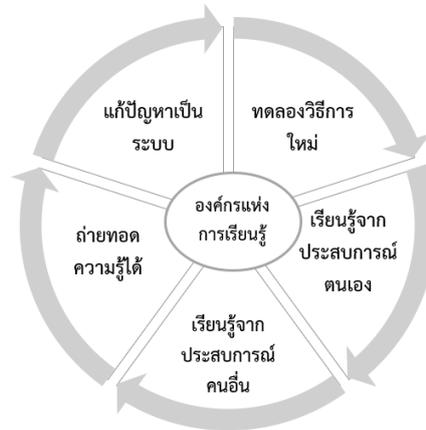
### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์และพัฒนาตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถการผลิตขมิ้นชันของกลุ่มผู้ผลิตสมุนไพรในจังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อประเมินผลการนำตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ไปใช้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตขมิ้นชันของกลุ่มผู้ผลิตสมุนไพร จังหวัดสุรินทร์

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning organization): องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นแนวคิดที่พัฒนาโดย Peter Senge ในหนังสือ "The Fifth Discipline" โดยให้นิยามขององค์กรแห่งการเรียนรู้ว่าเป็น “องค์กรที่ผู้คนขยายขีดความสามารถอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่พวกเขาต้องการอย่างแท้จริง เป็นที่ซึ่งรูปแบบการคิดใหม่ได้รับการหล่อเลี้ยง และผู้คนได้เรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่จะเห็นภาพรวมทั้งหมดร่วมกัน มุ่งเน้นการสร้างความสามารถในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง” (Senge, 1990) แนวคิดนี้มีการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาคนและองค์กรโดยให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม สร้างกระบวนการในการเรียนรู้ การถ่ายทอดแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และทักษะร่วมกันซึ่งส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการคิดริเริ่มสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กรซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถแข่งขันและปรับตัวได้ในสภาพการณ์ปัจจุบันที่มีความผันผวนสูง นอกจากนี้ องค์กรแห่งการเรียนรู้ยังหมายถึงองค์กรที่มีความสามารถในการสร้าง การได้มา การตีความ การถ่ายทอด และการเก็บรักษาความรู้ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อสะท้อนถึงความรู้และข้อมูลเชิงลึกใหม่ๆ (Garvin, Edmondson, and Gino, 2008) แนวคิดนี้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยในหลายศาสตร์รวมทั้งการเสริมสร้างขีดความสามารถให้กับสมาชิกชุมชน (Panna, Saorom, and Singmat, 2021) ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรแห่งการเรียนรู้สร้างผลลัพธ์ที่มีคุณค่าในเชิงบวกต่อองค์กรอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในระยะยาวโดยการแทรกซึมแนวคิดและข้อมูลใหม่ๆ เข้าสู่องค์กร ความรู้ใหม่ต้องได้รับการถ่ายทอดไปทั่วทั้งองค์กร มุ่งลดกระบวนการระหว่างบุคคลและอุปสรรคในการแบ่งปันข้อมูล แนวคิด และความรู้ระหว่างองค์กร (Soelton, 2023) องค์กรแห่งการเรียนรู้มีลักษณะเด่นที่การเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาศักยภาพและรักษาความสามารถในการแข่งขันโดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมศักยภาพคนทุกระดับให้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ส่งเสริมวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับการทดลอง การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง (Rad and BocoS, 2024) องค์กรแห่งการเรียนรู้สามารถสร้างขึ้นมาได้โดยกลุ่มผู้นำที่มีความคิดสร้างสรรค์แม้ว่าจะเป็นคนกลุ่มเล็กๆ ในทุกระดับในองค์กร ซึ่งผู้นำกลุ่มดังกล่าวคือผู้ที่สร้างองค์กรใหม่และพัฒนาศักยภาพขององค์กร (Senge, 1990) โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ สมาชิกทุกคนสามารถก้าวข้ามขีดจำกัดความสามารถของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง พยายามอย่างเต็มที่เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ร่วมกัน และเรียนรู้วิธีการเรียนรู้ร่วมกัน

อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ต้องการ (Yuan and Chayanuvat, 2021) โดยองค์กรแห่งการเรียนรู้มีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ การทดลองแบบเชิงรุก การเรียนรู้จากประสบการณ์ การเรียนรู้จากผู้อื่น และการถ่ายโอนความรู้ (Garvin, 1993) (ภาพที่ 1)

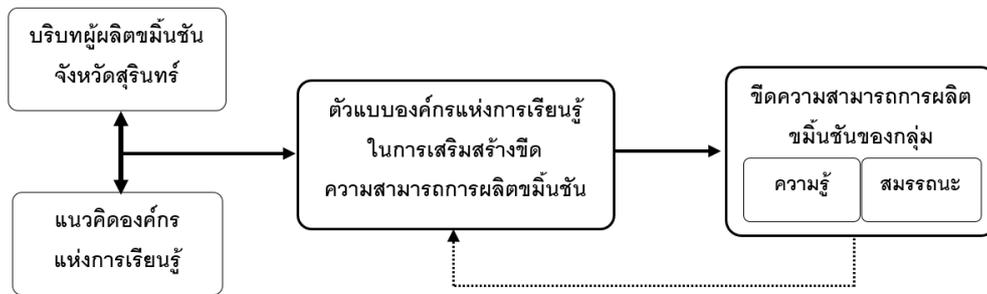


ภาพที่ 1 องค์ประกอบขององค์กรแห่งการเรียนรู้ตามแนวคิด Garvin (1993)

ขีดความสามารถของชุมชน (Community capacity): ขีดความสามารถของชุมชนมีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการเติบโตในระยะยาวภายในชุมชน เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญในการส่งเสริมการมีส่วนร่วม และการรับการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพจากการดำเนินการแทรกแซงจากภายนอก (Gamo and Park, 2022) โดยขีดความสามารถของชุมชนหมายถึง ความรู้ ทักษะ และทรัพยากรที่มีอยู่โดยธรรมชาติ ซึ่งช่วยให้ชุมชนสามารถตอบสนองความต้องการในปัจจุบันและเตรียมพร้อมสำหรับความต้องการในอนาคตได้ ซึ่งการสร้างขีดความสามารถที่เข้มแข็งในท้องถิ่นมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในชุมชนชนบทที่การพึ่งพาตนเองเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น (Kackar and Harris, 2021) นอกจากนี้ ขีดความสามารถของชุมชนยังเป็นอิทธิพลรวมของความมุ่งมั่น ทรัพยากร และทักษะของชุมชน ซึ่งสามารถนำไปใช้เพื่อสร้างจุดแข็งของชุมชน และแก้ไขปัญหาและโอกาสของชุมชนได้ (Deaton, 2022) แนวคิดขีดความสามารถถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชนโดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาให้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล เนื่องจากขีดความสามารถของชุมชนมีส่วนร่วมทำให้เกิดผลลัพธ์ดีขึ้นในหลายระดับ เช่น ระดับบุคคล ระดับองค์กร และระดับชุมชน (Freudenberg, Pastor, and Israel, 2011) โดยในระดับชุมชนเน้นกระบวนการพัฒนาทั้งในระดับบุคคลและกลุ่ม ใช้วิธีการที่หลากหลาย อาทิ การฝึกอบรมและการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อเพิ่มความรู้และทักษะที่จำเป็นให้กับสมาชิกในชุมชน การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงชุมชนกับแหล่งทรัพยากรภายนอก การเสริมสร้างความเป็นผู้นำและการตัดสินใจร่วมกันของสมาชิกชุมชน และด้วยเหตุที่ขีดความสามารถของชุมชนประกอบด้วย ความมุ่งมั่น ทรัพยากร และในขณะเดียวกัน การสร้างขีดความสามารถให้กับชุมชนจำเป็นต้องอาศัยทักษะส่วนบุคคล ศักยภาพของสถาบัน และโอกาสในการใช้ประโยชน์จากทักษะและเครือข่ายเพื่อการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกของชุมชน โดยต้องให้ความสำคัญกับการสร้างการจ้างงาน และการรักษาศักยภาพในการบรรลุเป้าหมายร่วมกันของชุมชน เช่น การเพิ่มความสามารถในการพึ่งพาตนเอง และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน (Gamo and Park, 2022) จุดประสงค์ของการเสริมสร้างขีดความสามารถชุมชนคือการเปิดโอกาสให้ผู้คนในชุมชนทำงานร่วมกัน ตัดสินใจอย่างรอบคอบและร่วมมือกัน พัฒนาศักยภาพและกลยุทธสำหรับอนาคต และดำเนินการเพื่อทำให้สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นจริง และใช้ประโยชน์จากความสามารถของบุคคลและองค์กรต่างๆ ภายในชุมชน (Aspen Institute, 1996) ทั้งนี้ ขีดความสามารถของบุคคล เชื่อมโยงกับทักษะ การศึกษา ความมั่นใจในตนเอง และจิตสำนึกของชุมชน ส่วนในระดับชุมชนเกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหา โครงสร้างชุมชน โครงสร้างพื้นฐาน เครือข่าย และพลังชุมชน (Ghaderi et al., 2024) การสร้างหรือพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนนิยมให้กลยุทธ์การแทรกแซงรูปแบบต่างๆ ได้แก่ การฝึกอบรมและการถ่ายทอดเทคโนโลยี ความช่วยเหลือด้านเทคนิค การวิจัยแบบมีส่วนร่วมของชุมชน แนวทางการเสริมพลัง กระบวนการมีส่วนร่วมที่ออกแบบโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบ

ในการพัฒนาความสามารถของชุมชนโดยให้สมาชิกชุมชนมีส่วนร่วมตลอดจนให้ข้อมูลและทรัพยากรเพื่อการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ (Freudenberg, Pastor, and Israel, 2011)

งานวิจัยนี้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย (ภาพที่ 2) มุ่งเน้นการประเมินผลการเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ผลิตไขมันชั้นโดยพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงขีดความสามารถในด้านความรู้และสมรรถนะของผู้ผลิตไขมันชั้นที่เกี่ยวข้องกับการผลิตไขมันชั้นตามแนวทางมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประเภทของการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research) โดยรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบเพื่อดำเนินการและสร้างการเปลี่ยนแปลงโดยการสร้างความรู้เชิงปฏิบัติ และมีหลักการพื้นฐาน ได้แก่ การยอมรับว่ามีปัญหาเกิดขึ้นในชุมชน การระบุปัญหา วิเคราะห์ปัญหา และแก้ไขปัญหโดยการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และกระตือรือร้นของชุมชนในทุกระดับของกระบวนการวิจัย (Canlas and Karpudewan, 2020) รวมทั้งออกแบบการวิจัยเป็นการทดลองกึ่งทดลอง (Quasi-experimental design) โดยประเมินผลที่เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลก่อน-หลังเข้าร่วมกิจกรรม

### 2. ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ได้แก่ สมาชิกที่ผลิตไขมันชั้นจากกลุ่มสมุนไพรในอำเภอปราสาทและกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 41 คน ซึ่งเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาโดยใช้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตไขมันชั้น คณะผู้วิจัยร่วมกับผู้นำชุมชนและผู้นำกลุ่มผลิตสมุนไพรเป้าหมายคัดเลือกสมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมโดยกำหนดเกณฑ์คัดเข้าประกอบด้วย 1) ความสมัครใจและความสนใจในการเข้าร่วมพัฒนา 2) ประสบการณ์ในการผลิตไขมันชั้น 1 ปีขึ้นไป 3) มีทัศนคติเปิดรับการพัฒนาตนเองและชุมชน และ 4) ความสม่ำเสมอในการเข้าร่วมกิจกรรม

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยการสำรวจบริบทพื้นที่ (Context analysis) ทั้งสภาพการณ์และปัญหาของสมาชิกผู้ผลิตไขมันชั้นในพื้นที่เป้าหมาย การประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) การประเมินความต้องการ (Need assessment) ของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตไขมันชั้น การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายใต้แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ การใช้เครื่องมือวิจัยดังกล่าวเพื่อให้ได้ข้อมูลในการพัฒนาตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตไขมันชั้นของกลุ่มสมุนไพร จังหวัดสุรินทร์ ส่วนการประเมินผลจากการใช้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตไขมันชั้น ใช้แบบประเมินความรู้การผลิตไขมันชั้นเป็นแบบประเมินตนเอง (Self-assessment) และแบบประเมินสมรรถนะซึ่งพัฒนาขึ้นโดยหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) และได้รับรองแล้วให้ใช้เป็นแบบประเมินกลางสำหรับโครงการวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนภายใต้กรอบการวิจัย “ชุมชนนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ประจำปีงบประมาณ 2566 ผนวกกับตรวจสอบโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (Expert review) ประเมินความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อเพิ่มความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมเชิงบริบท (Contextual relevance) ของเครื่องมือให้มากยิ่งขึ้น

เกณฑ์ประเมินดังตารางที่ 1 และใช้การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อสรุปประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะการใช้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตขมึนชั้นของกลุ่มสมมุโนไพรจังหวัดสุรินทร์

ตารางที่ 1 เกณฑ์การประเมินสมรรถนะกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ระดับ	4	3	2	1
ความรู้/เทคโนโลยี	ค้นหาความรู้/เทคโนโลยีใหม่และสร้างสิ่งใหม่	ถ่ายทอดเทคโนโลยีได้	ยอมรับ/ปรับใช้เทคโนโลยีด้วยภูมิปัญญาเดิม	มีและใช้ภูมิปัญญาเดิม
เครือข่าย/ความร่วมมือ	ระดับ 3 + ระดมทรัพยากรนอกพื้นที่	ระดับ 2+ประสานงานกับคนนอกพื้นที่/สร้างความร่วมมือ	ระดับ 1 + ระดมทรัพยากรในพื้นที่	ประสานงานกับคนในพื้นที่/สร้างความร่วมมือ
การจัดกระบวนการเรียนรู้	ระดับ 3+ สร้างทีม/คนรุ่นใหม่ได้	ระดับ 2+ สร้างพื้นที่การเรียนรู้ในชุมชน	ระดับ 1+ อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้	จัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยดำเนินการ ดังนี้ 1) เก็บข้อมูลจากการสำรวจบริบทพื้นที่ การทบทวนวรรณกรรมและการประชุมกลุ่มย่อยกับตัวแทนกลุ่มผู้ให้ข้อมูล และตัวแทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง (ผู้เชี่ยวชาญด้านเกษตรกรรมในพื้นที่ สภาเกษตรกร หน่วยงานท้องถิ่นและผู้นำในชุมชน) เพื่อวิเคราะห์ กำหนดรายละเอียดและออกแบบตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตขมึนชั้นของกลุ่มสมมุโนไพรจังหวัดสุรินทร์ 2) เก็บข้อมูล Pre-test และ Post-test ความรู้และสมรรถนะจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งเข้าร่วมกิจกรรมโดยใช้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตขมึนชั้น และ 3) เก็บข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อยโดยมีส่วนร่วมของผู้ให้ข้อมูลและตัวแทนภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อประเมินปัญหาอุปสรรค และหาแนวทางในการปรับปรุงตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้สำหรับเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตขมึนชั้นของกลุ่มผู้ผลิตสมมุโนไพร จังหวัดสุรินทร์

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

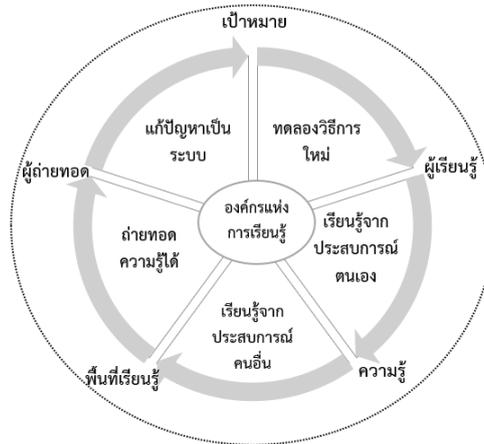
การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจบริบทพื้นที่และการประชุมกลุ่มย่อย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งสะท้อนสภาพการณ์การผลิตขมึนชั้น ปัจจัยสนับสนุน ปัญหา และความต้องการของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตนำมาบูรณาการกับแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อกำหนดรายละเอียดองค์ประกอบและออกแบบตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตขมึนชั้นของกลุ่มสมมุโนไพรจังหวัดสุรินทร์ รวมทั้งวิเคราะห์แนวทางในการปรับปรุงตัวแบบ ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณซึ่งได้จากการประเมินผลความรู้และสมรรถนะก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้หลักการ "สามเส้า" (Triangulation) (Bans-Akutey and Tiimub, 2021) ด้านเครื่องมือการเก็บข้อมูล (Methodological triangulation) และแหล่งข้อมูล (Data source triangulation) ที่หลากหลาย รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูล (Analytical triangulation) ทั้งเชิงปริมาณ ปริมาณและเชิงคุณภาพพร้อมกัน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความตรงตามวัตถุประสงค์ (Validity)

#### ผลการวิจัย

##### 1. ผลการวิเคราะห์และพัฒนาตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ในการเสริมสร้างขีดความสามารถของกลุ่มผู้ผลิตขมึนชั้นในจังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัยได้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ในการเสริมสร้างขีดความสามารถของกลุ่มผู้ผลิตขมึนชั้นในจังหวัดสุรินทร์โดยประยุกต์ใช้แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการระบุงิจกรรมการเรียนรู้และใช้กรอบคิด "พื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้

(Learning Innovation Platform)” จากกรอบการวิจัย “ชุมชนนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ของหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ปี 2566 ตัวแบบที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ (ภาพที่ 3) ซึ่งรายละเอียดที่ได้มาจากการจัดประชุมกลุ่มย่อยกับตัวแทนกลุ่มผู้ให้ข้อมูลและผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดรายละเอียดเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของแต่ละชุมชน และเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัย (ตารางที่ 2)



ภาพที่ 3 ตัวแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถการผลิตขั้นสูง

ตารางที่ 2 องค์ประกอบในตัวแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถการผลิตขั้นสูง

องค์ประกอบ	ชุมชนเป้าหมาย		
	บ้านตะเคียน	บ้านกันตวจระมวล	บ้านโชค
ผู้เรียนรู้ (Learners)	11 คน	20 คน	10 คน
พื้นที่เรียนรู้ (Learning Area)	ศาลาบ้านตะเคียน แปลงรวมขั้นสูง	ศาลาบ้านกันตวจระมวล แปลงรวมขั้นสูง	ศาลาบ้านโชค แปลงรวมขั้นสูง
เป้าหมายการเรียนรู้ (Learning Goals)	มุ่งเน้นให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้รับการพัฒนาความรู้ในการผลิตขั้นสูงให้มีคุณภาพและมาตรฐาน พัฒนาสมรรถนะที่พึงประสงค์ตามแนวทางการประเมินนวัตกรรมชุมชนสามารถเปิดรับองค์ความรู้ใหม่ นำไปปรับและใช้ประโยชน์สอดคล้องกับบริบทชุมชนของตนเอง รวมทั้งสามารถถ่ายทอดต่อไปยังผู้อื่นได้		
ความรู้ (Knowledge)	แนวทางปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับขั้นสูงและการผลิตขั้นสูงให้ได้มาตรฐาน GAP (เช่น น้ำที่ใช้ แปลงที่ปลูก วัตถุดิบตรงทางการเกษตร การเก็บรักษาและการขนย้าย)		
กิจกรรมการเรียนรู้ (Learning Activities)	การแก้ปัญหาย่อยอย่างเป็นระบบ การทดลองแนวทางใหม่ การเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเองและสิ่งที่เคยทำมา การเรียนรู้จากประสบการณ์/แนวปฏิบัติที่ดีของผู้อื่น และการถ่ายทอดความรู้ได้อย่างรวดเร็ว		
ผู้ถ่ายทอด (Facilitators)	ผู้เชี่ยวชาญจากศูนย์วิจัยพืชสวนศรีสะเกษ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรสุรินทร์ คณะผู้วิจัย โดยมีบทบาทในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้ให้ผู้เรียน		

## 2. ผลการนำตัวแบบองค์การแห่งการเรียนรู้ไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตสมุนไพร จังหวัดสุรินทร์

ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้มีดังนี้

2.1 การเรียนรู้การแก้ปัญหาย่อยอย่างเป็นระบบ: ผู้ถ่ายทอดความรู้กำหนดประเด็นการเรียนรู้เพื่อการผลิตขั้นสูงให้มีคุณภาพและมาตรฐาน รวมทั้งปัญหาการผลิตขั้นสูงที่ผ่านมาโดยให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนและเรียนรู้ร่วมกันในประเด็นนี้ กระตุ้นให้สมาชิกได้พัฒนาทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ และพิจารณาถึงประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในการผลิตขั้นสูงไปพร้อมกัน ร่วมคิดวิเคราะห์ข้อมูลและข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบโดยใช้แผนภาพเป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจ

เข้าใจสาเหตุของปัญหา จากนั้นให้สมาชิกพิจารณาแผนภาพร่วมกันและสรุปประเด็นร่วมของกลุ่ม ในระหว่างดำเนินกิจกรรม ผู้ถ่ายทอดความรู้เปิดโอกาสให้สมาชิกสามารถตั้งคำถามและสอบถามได้ตลอด

2.2 การทดลองแนวทางใหม่: ผู้ถ่ายทอดความรู้ให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลร่วมกันระบุปัญหาที่ต้องการแก้ไขในการผลิตขมมันชั้นตามที่ได้เรียนรู้ในขั้นตอนที่ 1 จากนั้นผู้ถ่ายทอดความรู้ถ่ายทอดความรู้ในการผลิตขมมันชั้นตามแนวทางมาตรฐาน หลังรับการถ่ายทอด ให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลร่วมกันกำหนดวิธีการใหม่ที่ต้องการทดลองในการผลิตขมมันชั้นตามที่ได้รับถ่ายทอดองค์ความรู้ ในขั้นตอนนี้พบว่าการศึกษาที่สมาชิกกลุ่มยินดีนำวิธีการใหม่ไปทดลองปฏิบัติ นั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากได้เรียนรู้ปัญหาที่มีอยู่จากขั้นตอนที่ 1 และต้องการแก้ไขปัญหานั้นเพื่อประโยชน์ในการผลิตขมมันชั้นของตนเอง ซึ่งหากแก้ปัญหาได้จะมีโอกาสในการผลิตและขายขมมันชั้นได้มากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน สมาชิกกลุ่มหลายรายยังไม่แน่ใจว่าการวิธีการใหม่จะได้ผลหรือไม่ แต่เมื่อเป็นความเห็นของสมาชิกส่วนใหญ่ของกลุ่มที่จะร่วมกันทดลองปฏิบัติก็ยินดีรับความเสี่ยงและทดลองใช้วิธีการใหม่นั้น

2.3 การเรียนรู้จากประสบการณ์ของตนเองและสิ่งที่เคยทำมา: ในขั้นตอนนี้ ผู้ถ่ายทอดความรู้จัดประชุมกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อเปิดโอกาสให้ได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และผลการดำเนินงานที่เกิดจากการได้ทดลองวิธีการใหม่ในการผลิตขมมันชั้น เช่น การใช้สารชีวภัณฑ์ในการฉีดป้องกันใบเหี่ยว ซึ่งการทดลองวิธีการใหม่ด้วยตนเอง ทำให้ได้เรียนรู้จากประสบการณ์ตรงด้วยตนเอง ช่วยให้สามารถซึมซับความรู้และจดจำได้ง่าย นอกจากนี้ สมาชิกแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันและสะท้อนถึงประสบการณ์และปัญหาของตนเองระหว่างทดลองปฏิบัติ ซึ่งสมาชิกหลายคนพบกับสถานการณ์หรือปัญหาใหม่ที่เกิดขึ้น อาทิ ขมมันไม่ออกดอก น้ำขังในบางพื้นที่ เป็นต้น มีการนำประสบการณ์เดิมและวิธีการใหม่มาประเมินร่วมกันเพื่อให้เข้าใจปัญหาได้ดียิ่งขึ้น ทำให้เกิดการร่วมกันคิดวิเคราะห์หาวิธีแก้ปัญหา เกิดการเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้ระหว่างกันและนำไปสู่การคิดและการปรับใช้วิธีการและตัดสินใจร่วมกัน

2.4 การเรียนรู้จากประสบการณ์และแนวปฏิบัติที่ดีของผู้อื่น: ในขั้นตอนนี้เน้นให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ผลิตขมมันชั้นได้เรียนรู้จากผู้อื่นทั้งในกลุ่มเดียวกันและกลุ่มอื่น โดยผู้ถ่ายทอดความรู้ใช้เครื่องมือหลายรูปแบบ อาทิ การจัดประชุมร่วมระหว่างกลุ่มขมมันชั้นและภาคีเครือข่ายภาครัฐและเอกชน การศึกษาดูงานระหว่างกลุ่มสมุนไพรของทั้งสามพื้นที่ การสนับสนุนให้จัดบุรณิทรศการและแสดงผลงานที่จัดร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่าย เช่น งานสุรินทรเมืองสมุนไพร ปี 2566 งานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุรินทร์ ปี 2566 เป็นต้น กิจกรรมต่างๆ ทำให้สมาชิกกลุ่มได้รับมุมมองและประสบการณ์ใหม่ กระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้อื่นและช่วยทำให้เกิดแรงจูงใจในการปรับปรุงและพัฒนาการผลิตขมมันชั้นของตนเอง ขยายขอบเขตความคิดและความเข้าใจในเรื่องขมมันชั้นให้กว้างขึ้น สร้างการเชื่อมโยงกับเครือข่ายสมุนไพรซึ่งเอื้อต่อการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และทรัพยากรใหม่ภายนอกกลุ่ม

2.5 การถ่ายทอดความรู้ได้อย่างรวดเร็ว: ผู้ถ่ายทอดความรู้จัดประชุมกลุ่มผู้ผลิตขมมันชั้นทั้งสามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อถ่ายทอดความรู้ในการจัดการความรู้การผลิตขมมันชั้นของกลุ่มและส่งเสริมให้มีการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การรวบรวมและจัดเก็บความรู้ที่ได้เรียนรู้เพื่อให้สมาชิกสามารถเข้าถึงความรู้นั้นได้สะดวกและง่ายต่อการนำไปใช้ประโยชน์ ทั้งนี้ ในแต่ละกลุ่มมีสมาชิกที่เป็นผู้นำกลุ่มหรือพัฒนาตนเองเป็นแกนนำของกลุ่ม ซึ่งมักทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมและจัดเก็บความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอด และได้เรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับขมมันชั้นทั้งในรูปแบบของเอกสารและไฟล์ข้อมูล แกนนำของบางกลุ่ม เช่น บ้านกันตวจระมวลและบ้านโชคมีการเผยแพร่และถ่ายทอดความรู้ขมมันชั้นให้กับผู้อื่นภายนอกกลุ่มของตนเอง โดยเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ในรูปแบบการอบรมเชิงปฏิบัติการและเป็นสถานที่สำหรับศึกษาดูงานให้กับกลุ่มอื่นและหน่วยงานท้องถิ่น เช่น เทศบาลตำบลกันตวจระมวล สภาเกษตรกรจังหวัดสุรินทร์

หลังดำเนินกิจกรรมการใช้ตัวแบบขององค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อสร้างขีดความสามารถให้กับสมาชิกกลุ่มขมมันชั้น คณะผู้วิจัยประเมินผลที่เกิดกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

**ตารางที่ 3** ผลการประเมินความรู้ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล	จำนวนสมาชิก	จำนวนก่อนรับการเรียนรู้		จำนวนหลังรับการเรียนรู้	
		ผ่าน	ไม่ผ่าน	ผ่าน	ไม่ผ่าน
บ้านตะเคียน	11	-	11	11	-
บ้านกันตวจระมวล	20	-	20	20	-
บ้านโชค	10	1	9	10	-

1) ผลการประเมินความรู้ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยให้ประเมินตนเองเปรียบเทียบก่อน และหลังดำเนินกิจกรรม ข้อคำถามในแบบทดสอบเกี่ยวข้องกับความรู้ในการผลิตสมุนไพรขมิ้นชัน ตั้งแต่การปลูกจนถึงการจัดการผลผลิตที่ได้ มีจำนวน 15 ข้อ กำหนดเกณฑ์ผ่านการประเมินอยู่ที่ ร้อยละ 80 ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และสรุปผลเปรียบเทียบเป็นคะแนนก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรมดังตารางที่ 3 โดยมีสมาชิกผ่านการประเมินความรู้หลังดำเนินกิจกรรม ร้อยละ 100

2) ผลการประเมินสมรรถนะของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามแนวทางการประเมินวัตรชุมชนของหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ แสดงดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ผลการประเมินสมรรถนะกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

	ระดับ	บ้านตะเคียน (คน)		บ้านกันตวจระมวล (คน)		บ้านโชค (คน)		รวม (คน)		% ที่เปลี่ยนแปลง	ค่าเฉลี่ย % การเปลี่ยนแปลง
		ก่อน	หลัง	ก่อน	หลัง	ก่อน	หลัง	ก่อน	หลัง		
		ความรู้/ เทคโนโลยี	4	1	1	1	1	-	1		
	3	-	3	-	5	1	2	1	10	900%	
	2	4	7	5	14	2	7	11	28	154%	
	1	6	-	14	-	7	-	27	-	-100%	
เครือข่าย/ ความร่วมมือ	4	-	1	1	1	2	2	3	4	50%	212%
	3	1	3	4	4	-	3	5	10	100%	
	2	2	7	-	15	1	5	3	27	800%	
	1	8	-	15	-	7	-	30	-	-100%	
การจัดกระบวนการ การเรียนรู้	4	1	1	1	1	1	1	3	3	0 %	267%
	3	-	3	1	6	-	2	1	11	1,000%	
	2	3	7	5	13	2	7	10	27	170%	
	1	7	-	13	-	7	-	27	-	-100%	

จากตารางที่ 4 ผลการประเมินในภาพรวมของทั้ง 3 กลุ่มพบว่าในด้านความรู้/เทคโนโลยี สมาชิกมีการเปลี่ยนแปลงตามเกณฑ์นวัตกรรมชุมชนเป็นระดับ 4 จำนวน 3 คน ระดับ 3 จำนวน 10 คน และระดับ 2 จำนวน 28 คน ตามลำดับ ส่วนด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้ พบว่า มีสมาชิกที่เปลี่ยนแปลงระดับ 4 จำนวน 3 คน ระดับ 3 จำนวน 11 คน และระดับ 2 จำนวน 27 คน ตามลำดับ ด้านเครือข่ายและความร่วมมือ มีสมาชิกที่ประเมินผลอยู่ในระดับ 4 จำนวน 4 คน ระดับ 3 จำนวน 10 คน และระดับ 2 จำนวน 27 คน ตามลำดับ ในขณะที่ด้านกระบวนการจัดการเรียนรู้ มีสมาชิกที่ประเมินผลอยู่ในระดับ 4 จำนวน 3 คน ระดับ 3 จำนวน 11 คน และระดับ 2 จำนวน 27 คน ตามลำดับ ทั้งนี้ ในด้านความรู้/เทคโนโลยี และด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้ สมาชิก

มีการเปลี่ยนแปลงเป็นระดับ 3 มากที่สุด ในขณะที่ด้านเครือข่ายและความร่วมมือ สมาชิกมีการเปลี่ยนแปลงเป็นระดับ 2 มากที่สุด อีกทั้งหลังเข้าร่วมกิจกรรม สมาชิกทั้งหมดได้รับการยกระดับจากระดับ 1 ไปเป็นระดับ 2-4 ทั้งหมด

### 3. ผลการประเมินตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของสมาชิกชุมชนในการผลิตขมิ้นชันของกลุ่มผู้ผลิตสมุนไพร จังหวัดสุรินทร์

ภายหลังการใช้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของสมาชิกชุมชนในการผลิตขมิ้นชัน คณะผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเก็บข้อมูลการประเมินผลการนำตัวแบบนี้ไปใช้เสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตขมิ้นชันของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยการประชุมกลุ่มย่อยดังกล่าวมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของตัวแทนกลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้ผลิตขมิ้นชัน ผู้นำชุมชน หน่วยงานเกษตรและสาธารณสุข ผลการเก็บข้อมูลพบว่า มีปัจจัยซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่ก่อให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินงานและควรต้องให้ความสำคัญหากมีการจัดกิจกรรมโดยใช้ตัวแบบนี้ ดังนี้

- 1) สภาพภูมิอากาศและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ อาทิ สถานที่ในการจัดกิจกรรม ความสะดวกในการเดินทาง เข้าถึงสถานที่นั้น ความพร้อมในสาธารณูปโภคพื้นฐานของสถานที่นั้น
- 2) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสมุนไพร ทั้งการเข้าถึงข้อมูลความต้องการของตลาดสมุนไพร นโยบายภาครัฐและการส่งเสริมการผลิตสมุนไพรจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 3) สภาพแวดล้อมทางสังคม/บริบทของชุมชนซึ่งอาจแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ อาทิ วิธีการดำเนินชีวิตของสมาชิกชุมชนที่มีภารกิจที่ต้องทำตลอดทั้งวัน ทั้งการเกษตร การดูแลปศุสัตว์ รวมทั้งดูแลสมาชิกในครัวเรือน ทำให้อาจไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาต่างๆ ได้อย่างเต็มที่
- 4) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ซึ่งมีบทบาททั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินกิจกรรมในชุมชน อาทิ หน่วยงานในระดับตำบล/อำเภอที่ หน่วยงานท้องถิ่น ผู้นำชุมชน กลุ่มต่างๆ ในชุมชน

### อภิปรายผล

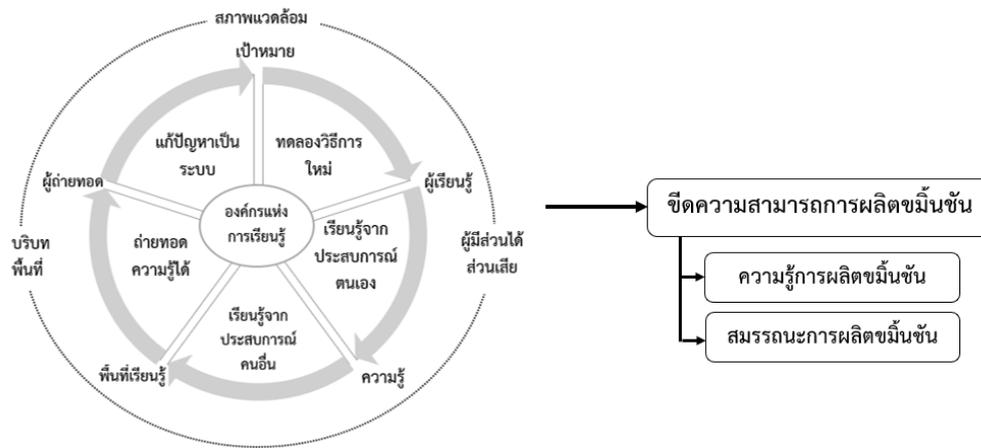
งานวิจัยนี้พัฒนาตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของสมาชิกชุมชนในการผลิตขมิ้นชันของจังหวัดสุรินทร์และประเมินผลการใช้ตัวแบบดังกล่าวกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจากบ้านตะเคียน อำเภอกาบเชิง บ้านกันตวจระมวลและบ้านโชค อำเภอปราสาท ผลการวิจัยพบว่า ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของสมาชิกชุมชนในการผลิตขมิ้นชันที่พัฒนาขึ้น ใช้กรอบคิด “พื้นที่นวัตกรรมการเรียนรู้ (Learning innovation platform)” จากกรอบการวิจัย “ชุมชนนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” ของหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ปี 2566 โดยมีการกำหนดองค์ประกอบที่เชื่อมโยงการดำเนินงานกันอย่างเป็นระบบ ได้แก่ ผู้เรียนรู้ พื้นที่เรียนรู้ เป้าหมายการเรียนรู้ ความรู้ กิจกรรมการเรียนรู้ และผู้ถ่ายทอด ทั้งนี้ กิจกรรมการเรียนรู้ออกแบบตามแนวคิดขององค์กรแห่งการเรียนรู้ที่นำเสนอโดย Garvin (1993) ตัวแบบดังกล่าวจึงครอบคลุมองค์ประกอบหลักที่นอกจากจะนำมาใช้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถให้กับสมาชิกชุมชนกลุ่มเป้าหมาย ยังให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ส่งเสริมให้สมาชิกมีทักษะและสมรรถนะในการเรียนรู้ สามารถปรับใช้ความรู้ในการปฏิบัติจริง

ตัวแบบดังกล่าวที่พัฒนาขึ้นเมื่อนำไปใช้จัดกิจกรรมให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผลที่ได้คือมีการสร้างขีดความสามารถในการผลิตขมิ้นชันและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทุนชุมชน (Community capital) ซึ่งเป็นทุนในรูปแบบต่างๆ ที่มีอยู่และมีผลต่อการพัฒนาชุมชนและสร้างการเปลี่ยนแปลงในชุมชน (Pigg et al., 2020) โดยผลการวิจัยบ่งชี้ว่าขีดความสามารถในด้านความรู้และสมรรถนะของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้รับการพัฒนาซึ่งพิจารณาได้จากกรณีที่สมาชิกกลุ่มทุกคนผ่านการประเมินตามเกณฑ์ประเมินความรู้ในการผลิตขมิ้นชันและเกณฑ์สมรรถนะนวัตกรรมชุมชนทั้งสามด้านโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยร้อยละการเปลี่ยนแปลงหลังเข้าร่วมกิจกรรมจากมากไปน้อย ได้แก่ การจัดกระบวนการเรียนรู้ มีการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยสูงที่สุด (267%) ความรู้/เทคโนโลยี (251%) และเครือข่ายความร่วมมือ (212%) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลังเข้าร่วมกิจกรรมโดยใช้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตขมิ้นชัน

ทั้งนี้ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งสามชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงสมรรถนะด้านการจัดการกระบวนการเรียนรู้ในระดับใกล้เคียงกันโดยบ้านกันตวงจะมวลงมีการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนกว่า ซึ่งผู้ที่ผ่านการประเมินสมรรถนะด้านนี้อยู่ในระดับ 4 แสดงถึงความสามารถในจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้กับผู้อื่นโดยตนเองเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ พัฒนาพื้นที่ของตนเองเป็นสถานที่ศึกษาดูงานโดยการมีส่วนร่วมของทีมงานสมาชิก ส่งผลให้มีผู้สนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มสมุนไพร่เพิ่มขึ้นในพื้นที่ของตนเอง อีกทั้งการมีความรู้และทักษะที่ดีขึ้นทำให้กลุ่มมีความมั่นใจและมีแรงจูงใจในการผลิตขมิ้นชันให้มีคุณภาพและมาตรฐาน รวมทั้งช่วยให้เห็นโอกาสในการสร้างรายได้และพัฒนาตนเอง สอดคล้องกับ United Nations Development Programme (2020) การพัฒนาคนต้องให้ความสำคัญกับการขยายขีดความสามารถของมนุษย์ (Human agency) เพื่อให้สามารถตัดสินใจและดำเนินการที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน โดยคนในชุมชนที่มีความสามารถในการตัดสินใจร่วมกัน สามารถรับมือกับความท้าทายที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมได้ดีกว่า ซึ่งการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ทั้งการฝึกอบรม การสนับสนุนการเรียนรู้ การพัฒนาทักษะวิชาชีพ และการแก้ไขปัญหาในการทำงาน จะช่วยเพิ่มศักยภาพและความมั่นใจในการทำงานของบุคคลซึ่งเมื่อมีความรู้และทักษะที่เพียงพอและมีความมั่นใจในการทำงาน ประสิทธิภาพในการทำงานก็จะสูงขึ้น (Marat et al., 2024)

ส่วนสมรรถนะด้านความรู้/เทคโนโลยี กลุ่มผู้ให้ข้อมูลจากบ้านตะเคียนมีการพัฒนาที่โดดเด่นที่สุดในด้านนี้ และเมื่อพิจารณาระดับสมรรถนะ ผู้ที่ผ่านการประเมินการพัฒนาสมรรถนะในระดับ 4 มีการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ผู้ให้ข้อมูลระดับ 4 จากบ้านโชค สามารถรับ-ปรับใช้เทคโนโลยีที่ได้รับการถ่ายทอดนำมาพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ด้วยตนเองที่เป็นต้นแบบในการปลูกขมิ้นชันในรูปแบบโรงเรือน มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ต่อไปยังผู้อื่น ส่งผลให้มีการขยายพื้นที่ปลูกขมิ้นชันทั้งในตำบลและนอกตำบลของตนเอง สอดคล้องกับ Srathonghak (2020) ซึ่งพบว่าชุมชนที่มีการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ผ่านการสร้างความรู้ใหม่จากประสบการณ์การทำงานจริง ด้วยวิธีการสังเกต ทดลอง ปรับปรุงแก้ไข จนได้ความรู้และเทคนิคที่เหมาะสมซึ่งสามารถนำไปใช้ได้กับชีวิตประจำวันในปัจจุบัน พร้อมทั้งพัฒนาต่อยอดความรู้เดิมที่มีอยู่ให้เกิดความสำเร็จ จะสามารถเสริมสร้างความยั่งยืนและความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้

นอกจากนี้ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงสมรรถนะด้านเครือข่ายความร่วมมือตามเกณฑ์ประเมินสมรรถนะนวัตกรรมชุมชน โดยบ้านโชคมีการพัฒนาสมรรถนะด้านนี้มากที่สุดเมื่อเทียบกับอีกสองชุมชน ผู้ให้ข้อมูลที่ประเมินสมรรถนะด้านนี้อยู่ในระดับ 4 มีการพัฒนาและยกระดับความสามารถในการระดมทรัพยากรและเชื่อมโยงกับภาคเครือข่ายนอกพื้นที่เพื่อได้รับความร่วมมือที่เป็นรูปธรรมในการพัฒนาขมิ้นชัน เช่น ผู้ให้ข้อมูลระดับ 4 จากบ้านโชค สามารถสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐนอกตำบลของตนเองและขอรับการสนับสนุนทรัพยากร ได้แก่ เครื่องมือในการแปรรูปขมิ้นชันของกลุ่ม เช่นเดียวกับผู้ให้ข้อมูลระดับ 4 จากบ้านกันตวงจะมวลงที่พัฒนาความสามารถในการเชื่อมโยงกับตลาดทำให้ได้รับคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้ารายใหม่ๆ นอกพื้นที่ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลระดับ 4 จากบ้านตะเคียนก็สามารถพัฒนาความสามารถในการเชื่อมโยงกับกลุ่มสมุนไพร่อื่นๆ นอกพื้นที่ ส่งผลให้เกิดการสร้างความร่วมมือในการเชื่อมโยงตลาดรับซื้อขมิ้นชันร่วมกับกลุ่มอื่นๆ อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ การใช้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของสมาชิกชุมชนในการผลิตขมิ้นชัน สร้างการเรียนรู้ให้กับสมาชิกให้สามารถเชื่อมโยงระหว่างชุมชนและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมุนไพร่ของจังหวัดสุรินทร์ สอดคล้องกับ Nobnop et al. (2021) ซึ่งระบุว่า กระบวนการที่พัฒนาความรู้ของคนในชุมชนโดยอาศัยความร่วมมือกันระหว่างคนในชุมชนและหน่วยงานต่างๆ และการวางแผนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ช่วยให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้มีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และนำไปสู่การพัฒนาชุมชน นอกจากนี้ สมาชิกกลุ่มยังได้ร่วมกันกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพัฒนาเครือข่ายสมุนไพร่จังหวัดสุรินทร์เพื่อเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูล เพิ่มช่องทางการเข้าถึงข้อมูลและทรัพยากรที่จำเป็น และการจัดกิจกรรมส่งเสริมอย่างต่อเนื่องกับเครือข่ายสมุนไพร่ อาทิ การศึกษาดูงานและการประชุมร่วมกัน



ภาพที่ 4 ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของสมาชิกชุมชนในการผลิตมันชันของจังหวัดสุรินทร์(ปรับปรุง)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตมันชันของจังหวัดสุรินทร์สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้บรรลุวัตถุประสงค์ งานวิจัยนี้ได้นำเสนอตัวแบบที่ได้ปรับปรุงใหม่เนื่องจากผลการวิจัยพบว่ามีปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมตามตัวแบบ หากสภาพแวดล้อมดังกล่าวไม่เอื้ออำนวยจะส่งผลกระทบต่อทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งระยะเวลา ความสม่ำเสมอ ความมั่นใจในการเข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ 1) สภาพภูมิอากาศและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งความแปรปรวนทางภูมิอากาศและความพร้อมทางกายภาพของสถานที่ในการจัดการเรียนรู้ส่งผลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมของสมาชิกของชุมชน รวมทั้งการเพาะปลูกและต้นทุนการผลิต 2) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสมุนไพร โดยเฉพาะการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลความต้องการของตลาดสมุนไพรนโยบายภาครัฐและการส่งเสริมการผลิตสมุนไพรจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับสมาชิกในการเข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างการผลิตมันชัน 3) สภาพแวดล้อมทางสังคมหรือบริบทของแต่ละพื้นที่ อาทิ วิถีการดำเนินชีวิตของสมาชิกชุมชนที่มีกิจวัตรประจำวันหลากหลาย หากการดำเนินกิจกรรมเสริมสร้างขีดความสามารถไม่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของสมาชิกชุมชนอาจส่งผลให้มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมน้อย รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตพืชสมุนไพรมีบทบาทในการสนับสนุนการต่อยอดความรู้และความสนใจให้กับกลุ่มผู้ผลิตมันชัน และ 4) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน ซึ่งการพัฒนาขีดความสามารถการผลิตมันชันของชุมชนต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของหลายฝ่าย อาทิ หน่วยงานส่งเสริมการพัฒนาในระดับตำบล/อำเภอ หน่วยงานท้องถิ่นที่สนับสนุนงบประมาณ ในขณะที่ผู้นำชุมชนมีบทบาทในการประสานความร่วมมือในชุมชน ดังนั้น ตัวแบบที่ปรับปรุงจึงได้เพิ่มเติมปัจจัยดังกล่าวเข้าไปเพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป

### สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่สามารถนำไปใช้จัดกิจกรรมเสริมสร้างขีดความสามารถในการผลิตมันชันของผู้ผลิตมันชันจังหวัดสุรินทร์ และประเมินผลการใช้ตัวแบบดังกล่าวที่เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มผลิตมันชันจากชุมชนบ้านตะเคียน บ้านกันตวจระมวล และบ้านโชค ผลการวิจัยได้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของสมาชิกชุมชนในการผลิตมันชัน ซึ่งประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ เป้าหมายการเรียนรู้ ความรู้ ผู้เรียน ผู้ถ่ายทอด กิจกรรมการเรียนรู้ และพื้นที่การเรียนรู้ เมื่อนำตัวแบบดังกล่าวไปใช้ในการจัดกิจกรรมให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลพบว่ามีการพัฒนาขีดความสามารถทั้งด้านความรู้และสมรรถนะ โดยผ่านเกณฑ์การประเมินตามแนวทางการประเมินนวัตกรรมชุมชนตั้งแต่ระดับ 2-4 ซึ่งการจัดกระบวนการเรียนรู้ มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ความรู้/เทคโนโลยี และเครือข่ายความร่วมมือ อย่างไรก็ตาม พบว่ามีปัจจัยภายนอกที่มีผลทั้งเกื้อหนุนและเป็นอุปสรรคต่อการจัดกิจกรรมและควรระบุไว้ในตัวแบบดังกล่าว ได้แก่ สภาพแวดล้อม (สภาพภูมิอากาศ) บริบทของชุมชน (วิถีชีวิตและภูมิปัญญาสมุนไพร) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยเฉพาะหน่วยงานท้องถิ่นและผู้นำชุมชน

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

หน่วยงานหรือภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการผลิตสมุนไพรในระดับจังหวัดจนถึงพื้นที่ เช่น สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ องค์การบริหารส่วนตำบล ควรพิจารณานำตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถของสมาชิกชุมชนในการผลิตขั้นต้นของจังหวัดสุรินทร์ มาประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมโดยครอบคลุมองค์ประกอบหลักในตัวแบบ มีการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมทั้งสภาพแวดล้อมและบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งนี้ การกำหนดรายละเอียดการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามตัวแบบควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสมรรถนะด้านการเชื่อมโยงกับเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสมุนไพร รวมทั้งด้านความรู้และเทคโนโลยี และการจัดการเรียนรู้โดยชุมชน อาทิ สร้างกลุ่มเครือข่ายผู้ผลิตขั้นต้นในระดับจังหวัดเพื่อเชื่อมโยงเกษตรกร หน่วยงาน และตลาด เปิดพื้นที่เรียนรู้การผลิตขั้นต้นภายในชุมชน นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรพิจารณานำตัวแบบดังกล่าวไปขยายผลให้กับชุมชนอื่นหรือเสริมสร้างการผลิตสมุนไพรประเภทอื่น โดยปรับรายละเอียดในตัวแบบให้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลและพื้นที่ และสมุนไพรนั้นๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถของสมาชิกชุมชน รวมทั้งขยายพื้นที่การวิจัยไปในชุมชนอื่นหรือภาคการผลิตอื่นๆ รวมทั้งควรประเมินผลกระทบในระยะยาวของการใช้ตัวแบบองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถของสมาชิกชุมชนทั้งผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ ประจำปี 2566

## เอกสารอ้างอิง

- Aspen Institute. (1996). *Measuring community capacity building: A workbook in progress for rural communities*. Rural Economic Policy Program. Washington, D.C., United States.
- Bans-Akutey, A., and Tiimub, B. M. (2021). Triangulation in research. *Academia Letters*, 2(3392), 1-7.
- Canlas, I. P., and Karpudewan, M. (2020). Blending the principles of participatory action research approach and elements of grounded theory in a disaster risk reduction education case study. *International Journal of Qualitative Methods*, 19, 1-13.
- Deaton, D. (2022). Better Results: What does it take to build capacity in rural and Native nations communities? Retrieved from <https://www.aspeninstitute.org/blog-posts/better-rural-capacity-building/>
- Forbes Thailand. (2024). How much opportunity does Thailand have in the global herbal market, which by 2030 could reach 2.7 trillion baht?. Retrieved from <https://www.forbesthailand.com/commentaries/insights/thailand-herbal-market-growth-june-2024>
- Freudenberg, N., Pastor, M., and Israel, B. (2011). Strengthening community capacity to participate in making decisions to reduce disproportionate environmental exposures. *American Journal of Public Health*, 101(S1), S123-S130.

- Gamo, B. R., and Park, D.-B. (2022). Community capacity influencing community participation: Evidence from Ethiopia. *World Development Perspectives*, 27, 1-8.
- Garvin, D. A., Edmondson, A. C., and Gino, F. (2008). Is yours a learning organization?, *Harvard Business Review*, March, 109-116.
- Garvin, D. A. (1993). Building a learning organization. *Harvard Business Review*, 71(4), 78-91.
- Ghaderi, Z., Fakhari, S., Shekari, F., and Saberi, M. (2024). Community capacity building and indigenous tourism in Iran. *Anatolia*, 35(4), 829-844.
- Kackar, S., and Harris, S. F. (2021). Building local capacity in rural people, places and systems. *Investing in Rural Prosperity*, 461-474.
- Marat, A., Dapa, A., Suttayanuwat, W., Thamchalai, A., and Piromlapa, N. (2024). Human capital management of ready-to-drink milk production industry in Thailand. *Journal of Educational Innovation and Research*, 8(3 July-September 2024), 1226-1242.
- National Herbal Policy Committee. (2023). *National herbal action plan no. 2 2023-2027* (2<sup>nd</sup> ed.), Economic Herbal Division, Department of Thai Traditional and Alternative Medicine. Bangkok, Thailand.
- Nobnop, W., Thasanapremsin, S., Rabeabdee, P., Tawanpreeda, C., and Saeyang, R. (2021). Learning community and community development. *Journal of Local Management and Development Pibulsongkram Rajabhat University*, 1(2), 97-111.
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Public Health. (2020). *Details of the Ministry of Public Health's indicators for fiscal year 2021*. Ministry of Public Health. Bangkok, Thailand.
- Office of the Prime Minister. (2021). Report on the inspection results of the Inspector General of the Office of the Prime Minister, Inspection Area 13, Surin Province, *on the development of the herbal city for fiscal year 2021*.
- Panna, U., Saorom, V., and Singmat, T. (2021). Learning organization of management and innovation model to create for sustainability community enterprise: herbal group in the northeast region. *Journal of Buddhist Anthropology*, 6(10), 148-164.
- Pigg, K., Gasteyer, S. P., Martin, K. E., Keating, K., and Apaliyah, G. P. (2020). The community capitals framework: An empirical examination of internal relationships. *Community Development*, 1, 117-127.
- Pujo, P., Sofhani, T. F., Gunawan, B., and Syamsudin, T. S. (2018). Community capacity building in social forestry development: A review. *Journal of Regional and City Planning*, 29(2), 113-126.
- Rad, D., and Bocoş, M. (2024). Advancements in learning organizations: A comprehensive narrative review. *Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala*, 16(2), 418-446.
- Senge, P. (1990). *Peter Senge and the learning organization*. Rcuperado de. London, United Kingdom.
- Soelton, M. (2023). Conceptualizing organizational citizenship behavior and learning organization in the labor sector. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 19(1), 239-255.
- Srathonghak, S. (2020). Community learning process to develop community knowledge: Case study of Thai Song Dam ethnic community, ban Don Sai, Srakathiam subdistrict, Muang Nakhon Pathom district, Nakhon Pathom province. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(9), 75-95.

- Suwannaputit, U., Kungwansupaphan, K., Meecharoen, T., Chara, P., and Suksri, S. (2023). *Potential development of "turmeric" herb innovative communities for value added creation and grass roots economic recovery in Surin Province*. Program Management Unit on Area Based Development. Surin, Thailand.
- United Nations Development Programme. (2020). Human development report 2020: The next frontier-Human development and the Anthropocene. UNDP. Retrieved from <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2020>
- Yuan, A., and Chayanuvat, A. (2021). A study on the difference between organizational learning and learning organization. *International Journal of Arts and Social Science*, 4(4), 77-81.

### ผู้ให้สัมภาษณ์

Burana, K. (2023, 8 May). Agricultural academic. [Interview].

## นวัตกรรมการพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัย จากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก

### Development Innovation and Enhancing of Traditional and Contemporary Recipes from Local Plant Madan to Community Tourism Products, Nakhon Nayok Province

ประเสริฐ โยธิดา<sup>1\*</sup> ปรียา สมพืช<sup>2</sup> มรกต บุญศิริชัย<sup>1</sup> ณัฐกานต์ รongทอง<sup>1</sup>

Prasert Yothicara<sup>1\*</sup> Preeya Sompuet<sup>2</sup> Morakot Boonsirichai<sup>1</sup> Natthakan Rongthong<sup>1</sup>

Corresponding Author's Email: sertty\_ssk@hotmail.com

(Received: March 28, 2025; Revised: December 22, 2025; Accepted: December 24, 2025)

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและวิเคราะห์ตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก 2) พัฒนาและยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก และ 3) สร้างนวัตกรรมพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก เป็นรูปแบบการวิจัยประยุกต์และใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนาโดยดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน ได้แก่ วิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน ประชาชน และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ รวมจำนวน 25 คน และวิจัยเชิงปริมาณโดยการแจกแบบสอบถามความพึงพอใจนักท่องเที่ยว จำนวน 100 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาและการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) มะดันมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนที่สร้างสรรค์ตำรับดั้งเดิม เช่น น้ำพริกมะดันและน้ำมะดัน สะท้อนภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ท้องถิ่น ขณะที่ตำรับร่วมสมัย เช่น ผัดไทยซอสมะดัน และเค้กมะดันช่วยเพิ่มความหลากหลายด้านรสชาติและดึงดูดนักท่องเที่ยว 2) การพัฒนาตำรับอาหารรสชาติร่วมสมัย เช่น ข้าวผัดปลาเค็ม น้ำมะดันแดดเดียว และโดนัทมะดัน ได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากนักท่องเที่ยว สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน และ 3) นวัตกรรมพัฒนาตำรับอาหารดังกล่าวเป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการ ครอบคลุมการสำรวจการพัฒนา การสร้างสรรค์ การสร้างกระแสทางการตลาด และการแบ่งปันสู่ชุมชน ซึ่งช่วยเสริมสร้างเอกลักษณ์ท้องถิ่น กระตุ้นการท่องเที่ยวชุมชน และสนับสนุนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ:** นวัตกรรมพัฒนาและยกระดับ อาหารรสชาติดั้งเดิม อาหารรสชาติร่วมสมัย มะดันพืชท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน

#### Abstract

This study aimed to: 1) examine and analyze traditional and contemporary recipes using local madan fruit as a community tourism product in Nakhon Nayok Province; 2) develop and enhance these traditional and contemporary madan-based recipes into community tourism products; and 3) create development innovations and enhancing traditional and contemporary recipes from local plant madan to community tourism products, Nakhon Nayok province. It is an applied research model and uses research and development processes by conducting mixed research methods, including qualitative research by collecting data from interviews with 25 community enterprise operators, local leaders, village elders, community members, and government representatives, and quantitative research by distributing tourist satisfaction questionnaires to 100 people. Data were analyzed using descriptive statistics and content analysis. The

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว (หลักสูตรสองภาษา) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

<sup>1</sup> Lecturer, Department of Tourism (Bilingual Program), Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University.

<sup>2</sup> Lecturer, Department of Communication Arts, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University.

study found that: 1) madan has the potential to be developed into creative community tourism products. Traditional recipes, such as madan chili paste and madan juice, reflect local wisdom and community identity, while contemporary recipes, including pad Thai with madan sauce and madan cake, enhance flavor diversity and attract tourists; 2) The development of contemporary dishes, such as fried rice with sun-dried salted madan fish and madan donuts, received the highest tourist satisfaction, providing valuable tourism experiences and generating economic benefits for the community; 3) This recipe development innovation is a process innovation, encompassing exploration, development, creative design, marketing promotion, and community sharing. This approach strengthens local identity, stimulates community tourism, and supports sustainable community development.

**Keywords:** development innovation and enhancing, traditional recipes, contemporary recipes, local plant Madan, community tourism products

### ความเป็นมาของปัญหา

แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) มุ่งเน้นการพัฒนาให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ผ่านการใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการให้มีความสมดุลและยั่งยืน ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2564-2565) โดยเฉพาะในยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นแนวทางหนึ่งที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์นี้ ด้วยการให้ทรัพยากรท้องถิ่นและวัฒนธรรมในการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ยั่งยืน พร้อมทั้งส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและอัตลักษณ์ท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงอาหารช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การเรียนทำอาหารและแปรรูปผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (มัลลิกา ศิริพิศ, 2559; องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2559)

ชุมชนเมืองมะดัน ตำบลท่าทราย จังหวัดนครนายก เป็นพื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมให้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และชุมชนริมน้ำตามแผนพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ. 2561-2565 โดยมีความโดดเด่นในเรื่องการเพาะปลูกมะดัน ซึ่งเป็นผลไม้ที่มีคุณภาพสูงและเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ชุมชนได้ร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์จากมะดัน เช่น ปลาเค็มน้ำมะดัน และน้ำมะดันพร้อมดื่ม ซึ่งมีการบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีสมัยใหม่ การสร้างเอกลักษณ์ "เมืองมะดัน" ช่วยเสริมสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ชุมชนยังเน้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและวัฒนธรรม พร้อมทั้งใช้ทรัพยากรธรรมชาติและการผลิตสินค้าชุมชนในการกระจายรายได้และสร้างความยั่งยืน (สำนักงานจังหวัดนครนายก, 2562; ผู้ให้ข้อมูล 1, 2563)

แม้ชุมชนเมืองมะดันจะได้รับการยอมรับในฐานะแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งผลิตมะดันและผลิตภัณฑ์แปรรูป แต่ยังคงขาดการส่งเสริมที่เพียงพอในการสร้างมูลค่าและเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปมะดันกับการท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะการนำเสนออาหารจากมะดันทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย ในลักษณะที่สามารถตอบโจทย์วิถีชีวิตใหม่และอาหารเพื่อสุขภาพ และจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา ยังไม่ได้นำมาปะทะกันมาประยุกต์ในเชิงนวัตกรรมอาหารร่วมสมัยเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวโดยตรง นอกจากนี้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์มะดันของชุมชนยังเป็นไปในลักษณะการประชาสัมพันธ์ทั่วไปผ่านสื่อและการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า โดยขาดการพัฒนาอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างการรับรู้และความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์ (ผู้ให้ข้อมูล 2, 2563)

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากมะดันให้เป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีมาตรฐานและสร้างการรับรู้ในวงกว้าง โดยการพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารจากมะดันทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัยให้สอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวและบริบทของพื้นที่ เพื่อสร้างความสมดุลในการท่องเที่ยวทั้งเชิงเวลาและฤดูกาล การศึกษาจะ

เน้นการวิเคราะห์ศักยภาพของการแปรรูปอาหารจากมะดันและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีความหลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าและกระจายรายได้สู่ชุมชน การศึกษาและพัฒนานวัตกรรมในการสร้างสรรค์ตำรับอาหารจากมะดันจะช่วยยกระดับแหล่งท่องเที่ยวและบริการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนเมืองมะดันให้มีเอกลักษณ์และความยั่งยืน การพัฒนานี้จะเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก
2. เพื่อพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก
3. เพื่อสร้างนวัตกรรมการพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยประยุกต์ (Applied research) และกระบวนการวิจัยและพัฒนา (R & D) ดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อพัฒนาตำรับอาหารจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดนครนายก โดยศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลตำรับอาหารทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การสำรวจความพึงพอใจนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับตำรับอาหารรสชาติร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก เพื่อสร้างนวัตกรรมเชิงกระบวนการการพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป มีรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

#### 1. ประชากรกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ขนาดกลุ่มประชากรกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญกำหนดโดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) ใช้วิธีการคัดเลือกตามจุดมุ่งหมายหรือการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากจุดมุ่งหมายหรือประเด็นคำถามจากเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นสำคัญ ดังนี้

1.1 กลุ่มชุมชนท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย กลุ่มชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ ผู้นำชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเมืองมะดัน ประชาชนชาวบ้าน ประชาชนในพื้นที่ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลท่าทราย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครนายก และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารจากสถาบันการศึกษา รวมทั้งสิ้น 25 คน

1.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวของเมืองมะดัน ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเมืองมะดัน โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง ใช้วิธีการเลือกกรณีตรงตามประเด็นการวิจัยมากกว่าปกติ (Intensity sampling) คือ ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 3 ตำบลท่าทราย ซึ่งเป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตและแปรรูปมะดัน และผู้ประสานงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชนเมืองมะดัน เนื่องจากต้องการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ตรงกับจำนวนนักท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวเมืองมะดัน (Cohen and Crabtree, 2006) พบว่าจากการจัดบันทึกจำนวนนักท่องเที่ยวของเมืองมะดัน ปี พ.ศ. 2562 มีจำนวน 255 คน (ผู้ให้ข้อมูล 3, 2563) และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Yamane (1960) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% คลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ทั้งนี้ โดยแจกแบบสอบถามตามความสะดวก (Convenience sampling) ทำการแจกแบบสอบถามโดยเลือกวันและเวลาที่แตกต่างกันในการแจกแบบสอบถาม

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

2.1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับตำรับอาหารทั้งตำรับดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่น แบบสัมภาษณ์เพื่อถอดองค์ความรู้ผลการศึกษาที่ได้เพื่อหาข้อสรุปการจัดกิจกรรมยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่น ผู้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก และแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นและวิพากษ์กระบวนการนวัตกรรมพัฒนาตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นผู้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ท่องเที่ยวชุมชน เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง มีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended questions)

2.2 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับตำรับอาหารรสชาติร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นผู้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก ได้แก่ การลองชิมตำรับอาหารจากมะดันที่คิดค้นขึ้นมาใหม่ แบบสอบถามมี 2 ตอน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับตำรับอาหารรสชาติร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นผู้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก ได้แก่ การลองชิมตำรับอาหารจากมะดันที่คิดค้นขึ้นมาใหม่ เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตราวัดระดับข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) มีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ของลิเคอร์ท (Likert) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

การอภิปรายผลการศึกษาลักษณะแบบสอบถามที่ใช้มาตราวัดระดับข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) การศึกษาครั้งนี้กำหนดเกณฑ์การแปลผลโดยใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criteria) ตามแนวทางของ บุญชม ศรีสะอาด (2560) โดยแบ่งช่วงคะแนนละ 0.50 เพื่อให้สะท้อนระดับความคิดเห็นได้อย่างละเอียด ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย (Means)	ความพึงพอใจ
4.51 - 5.00	มากที่สุด
3.51 - 4.50	มาก
2.51 - 3.50	ปานกลาง
1.51 - 2.50	น้อย
1.00 - 1.50	น้อยที่สุด

การศึกษานี้ได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวหรือเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในงาน "ชัยพัฒนาแฟร์ สัญจร" ณ เขื่อนขุนด่านปราการชล จังหวัดนครนายก ซึ่งไม่ได้ถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำผลการตอบแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น 0.94 แสดงว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความเชื่อมั่นสูงสามารถนำไปใช้จริงได้

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวของเมืองมะดัน

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการนำมะดันพืชท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการศึกษา วิเคราะห์ และการทบทวนวรรณกรรม บทความ งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่นำมาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่ได้จากข้อคำถามจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย การถอดเทปแยกตามประเด็นและแหล่งข้อมูล ได้แก่ ประชาชนที่อยู่ในชุมชน ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และบุคคลจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว หลังจากนั้นจึงวิเคราะห์และประเมินความหมายของข้อมูลตามกรอบบริบทของแหล่งข้อมูลตามประเด็นคำถามวิจัยที่วางไว้

#### ผลการวิจัย

##### 1. ผลการศึกษาและวิเคราะห์ตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ พบว่ามะดันซึ่งเป็นพืชท้องถิ่นของจังหวัดนครนายกมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนเมืองมะดัน โดยในมิติด้านวัฒนธรรม มะดันถูกนำมาใช้ในตำรับอาหารดั้งเดิม เช่น น้ำพริกมะดันและน้ำมะดัน ซึ่งสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ของชุมชน ขณะที่ในมิติของความร่วมสมัย มะดันถูกประยุกต์ในเมนูใหม่ เช่น ผัดไทยซอสมะดัน ข้าวแต่น้ำมะดัน และขนมหวานสมัยใหม่ เช่น ขนมเค้กมะดัน และโดนัทมะดัน ซึ่งช่วยเพิ่มคุณค่าและความหลากหลายในการบริโภค อันเป็นการสร้างความโดดเด่นด้านรสชาติที่แตกต่างจากวัตถุดิบอื่น นอกจากนี้ การต่อยอดผลิตภัณฑ์อาหารดังกล่าวยังมีมิติด้านเศรษฐกิจที่สามารถพัฒนาเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์และของฝากนักท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เช่น การสาธิตการทำอาหารและการจัดเทศกาลอาหารในชุมชน ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาตำรับอาหารจากมะดันมิใช่เพียงการสร้างเมนูใหม่ แต่เป็นการยกระดับวัตถุดิบท้องถิ่นสู่การเป็นนวัตกรรมการท่องเที่ยวที่บูรณาการมิติด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และความยั่งยืน ซึ่งช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของจังหวัดนครนายกได้อย่างเป็นรูปธรรม

##### 2. ผลการพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก

2.1 กิจกรรมการยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก แสดงให้เห็นว่าการจัดกิจกรรมดังกล่าวนี้ ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาเค็มน้ำมะดันแดดเดียว และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มคนใจสู้กัญญาถิ่นอาหาร เป็นกระบวนการที่ไม่เพียงเผยแพร่ตำรับอาหารดั้งเดิมและร่วมสมัย แต่ยังเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงภูมิปัญญากับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมีการพัฒนารูปแบบอาหารให้หลากหลายมากขึ้น ทั้งด้านรสชาติที่มีเอกลักษณ์ การประยุกต์วัตถุดิบพื้นถิ่นให้เข้ากับเมนูสมัยใหม่ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณค่า ประกอบด้วย ผัดไทยซอสมะดัน ต้มยำไก่ใบมะดัน ข้าวผัดปลาเค็มน้ำมะดัน ข้าวผัดน้ำพริกไข่เค็มมะดัน ไข่เค็มมะดันกระเทียม ข้าวแต่น้ำมะดัน เค้กมะดัน โดนัทมะดัน และน้ำมะดันโซดา กิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน เกิดการต่อยอดเชิงเศรษฐกิจผ่านการแปรรูปอาหารที่สามารถเป็นสินค้าของฝากและผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ รวมทั้งช่วยสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับท้องถิ่น สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาตำรับอาหารจากมะดันมิได้เป็นเพียงการสร้างเมนูใหม่ แต่เป็นการยกระดับวัตถุดิบท้องถิ่นสู่การเป็นนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่บูรณาการวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และความยั่งยืนเข้าด้วยกันอย่างสมบูรณ์

2.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับตำรับอาหารรสชาติร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก ได้แก่ การลองชิมตำรับอาหารจากมะดันที่คิดค้นขึ้นมาใหม่ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายตำรับ เรียงจากมากไปหาน้อย พบว่าตำรับที่ได้รับความ

พึงพอใจมากที่สุด คือ ตำรับข้าวผัดปลาเค็มน้ำมะดันแดดเดียว อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ โดนัทมะดัน ไข่เค็มมะดัน กระทะ และเค้กมะดัน อยู่ในระดับมาก และตำรับที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด อยู่ในระดับมาก คือ ตำรับข้าวแต่น้ำมะดัน ตามลำดับ

**ตารางที่ 1** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับตำรับอาหารรสชาติร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายกที่คิดค้นขึ้นมาใหม่ โดยภาพรวมและรายตำรับ

ตำรับที่	ตำรับอาหารจากมะดันที่คิดค้นขึ้นมาใหม่	ระดับความพึงพอใจ		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	ข้าวผัดปลาเค็มน้ำมะดันแดดเดียว	4.53	0.63	มากที่สุด
2	โดนัทมะดัน	4.52	0.59	มากที่สุด
3	ไข่เค็มมะดันกระทะ	4.49	0.62	มาก
4	เค้กมะดัน	4.49	0.59	มาก
5	น้ำมะดันโชดา	4.48	0.60	มาก
6	ต้มยำไก่ใบมะดัน	4.46	0.59	มาก
7	ข้าวผัดน้ำพริกไข่เค็มมะดัน	4.45	0.65	มาก
8	ผัดไทยซอสมะดัน	4.43	0.56	มาก
9	ข้าวแต่น้ำมะดัน	4.38	0.59	มาก
รวมเฉลี่ย		4.47	0.60	มาก

2.3 ผลการถอดองค์ความรู้ผลการศึกษาที่ได้เพื่อหาข้อสรุปการจัดกิจกรรมยกระดับตำรับอาหารของชุมชนจากมะดันพืชท้องถิ่น สรุปได้ว่า การพัฒนาตำรับอาหารจากมะดันให้เป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนเมืองมะดันนั้น สามารถสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีคุณค่า โดยเน้นการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นในด้านรสชาติและวัฒนธรรม ถือเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงแต่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน แต่ยังเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

### 3. ผลการสร้างนวัตกรรมการพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดนครนายก

3.1 นวัตกรรมเชิงกระบวนการ ได้แก่ กระบวนการพัฒนานวัตกรรมพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน พบว่า เป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจากการสำรวจและคัดเลือกตำรับอาหารตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การพัฒนาตำรับอาหารด้วยมะดันและวัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อสร้างเอกลักษณ์และความโดดเด่น จากนั้นจะพัฒนารูปแบบการนำเสนอทั้งด้านบริการอาหารและการบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว พร้อมกับสร้างกระแสการตลาดผ่านสื่อออนไลน์และกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มการรับรู้และความสนใจในผลิตภัณฑ์ สุดท้ายทำการสนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิตและบริการจะช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นและความยั่งยืน ผ่านการอนุรักษ์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่ากระบวนการพัฒนานวัตกรรมพัฒนาตำรับอาหารจากมะดันสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนประกอบด้วยขั้นตอนที่เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่องและมีความสัมพันธ์เชิงระบบ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณค่าและยั่งยืน ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างกระบวนการทั้งหมด ดังนี้

การสำรวจ (Survey) เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับตำรับอาหารท้องถิ่นและความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวในชุมชนเมืองมะดัน ซึ่งการสำรวจนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของ

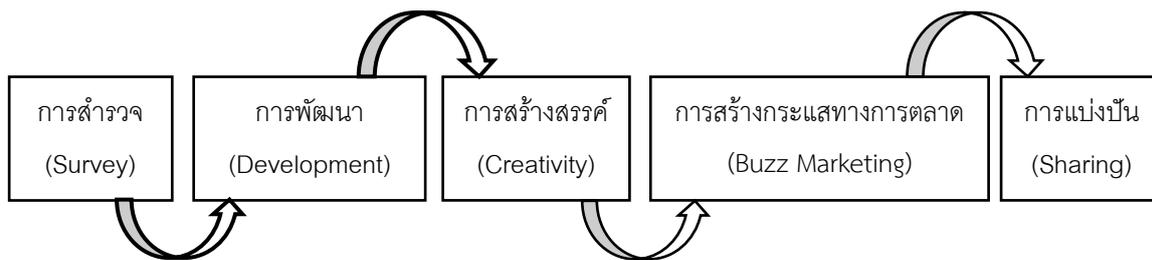
กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการระบุจุดเด่นของตำรับอาหารที่น่าสนใจที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องชุมชนได้ ขั้นตอนนี้ช่วยให้กระบวนการพัฒนาเป็นไปในทิศทางที่ตอบโจทย์ทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยว

การพัฒนา (Development) หลังจากการสำรวจข้อมูลแล้ว ขั้นตอนการพัฒนาจะมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงและยกระดับตำรับอาหารท้องถิ่น โดยใช้มะดันเป็นวัตถุดิบหลักร่วมกับเครื่องปรุงและส่วนผสมต่างๆ ในท้องถิ่น เพื่อให้ได้ตำรับอาหารที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากตำรับอาหารทั่วไป การพัฒนานี้ยังรวมถึงการปรับปรุงรสชาติและรูปแบบของอาหารให้เหมาะสมกับรสนิยมของนักท่องเที่ยว และสามารถเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องที่น่าสนใจ

การสร้างสรรค์ (Creativity) การสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการออกแบบและพัฒนาตำรับอาหารในรูปแบบที่สามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ของชุมชนผ่านรสชาติและวัตถุดิบท้องถิ่น

การสร้างกระแสทางการตลาด (Buzz marketing) กระบวนการนี้มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องชุมชน ผ่านการสร้างการรับรู้และความสนใจจากนักท่องเที่ยว โดยอาจใช้ช่องทางการตลาด เช่น เว็บไซต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองมะดัน เช่น การทำอาหารท้องถิ่นหรือการเยี่ยมชมสวนมะดัน เพื่อสร้างกระแสและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมชุมชนและลิ้มลองผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น

การแบ่งปันสู่ชุมชนท้องถิ่น (Sharing) เมื่อผลิตภัณฑ์ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวแล้ว ขั้นตอนสุดท้ายคือการแบ่งปันผลประโยชน์จากการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นกลับคืนสู่ชุมชน โดยการสนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารนี้ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้และเพิ่มความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น



ภาพที่ 1 กระบวนการพัฒนานวัตกรรมการพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน

อาจกล่าวได้ว่า กระบวนการพัฒนานวัตกรรมยกระดับตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่น สู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน มุ่งเน้นการปรับปรุงขั้นตอนการใช้วัตถุดิบ การประยุกต์เมนูดั้งเดิมสู่รูปแบบร่วมสมัย และการจัดกิจกรรมเชิงประสบการณ์สำหรับนักท่องเที่ยว เริ่มจากการคัดเลือกมะดันคุณภาพสูงและวิเคราะห์คุณสมบัติทางรสชาติและโภชนาการ เพื่อออกแบบตำรับอาหารดั้งเดิมและร่วมสมัย จากนั้นมีการปรับปรุงกระบวนการปรุงและการแปรรูปให้ง่ายต่อการผลิตเป็นชุดกิจกรรมสาธิตและสินค้าสำหรับจำหน่าย เช่น การสร้างเมนูที่สามารถถ่ายทอดวิธีทำได้ง่ายและคงรสชาติดั้งเดิม การออกแบบกิจกรรมสาธิตการทำอาหารที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมได้จริง และการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปให้เก็บได้นานโดยไม่เสียรสชาติ ทั้งหมดนี้ช่วยสร้างความต่อเนื่องระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นกับนวัตกรรมใหม่ ทำให้เกิดกระบวนการผลิตและบริการที่เพิ่มมูลค่าเชื่อมโยงชุมชนและนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

3.2 คู่มือตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน พบว่า การออกแบบคู่มือตำรับอาหารจากมะดันควรเน้นความสะอาดและใช้งานง่าย โดยใช้ภาพหรือสัญลักษณ์ท้องถิ่นสะท้อนเอกลักษณ์ของมะดันและชุมชนในปกคู่มือ พร้อมกับสารบัญที่จัดเรียงเนื้อหาง่ายต่อการค้นหา ข้อมูลเกี่ยวกับตำรับอาหารควรมีขั้นตอนการปรุงที่ชัดเจนและมีภาพประกอบเพื่อให้ทำตามได้สะดวก นอกจากนี้ คู่มือควรอธิบายคุณค่าทางโภชนาการของมะดันเพื่อเสริมสร้างความน่าสนใจและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การออกแบบที่ละเอียดและการนำเสนอข้อมูลที่เหมาะสมจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 2 หน้าปกคู่มือตำรับอาหาร

3.3 สื่อประชาสัมพันธ์ตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนพบว่า การออกแบบเว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ตำรับอาหารจากมะดันเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างการรับรู้ในยุคดิจิทัล โดยการเลือกใช้สีเขียวและสีส้มช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่สดชื่นและอบอุ่น สีเขียวสื่อถึงความธรรมชาติของมะดัน และสีส้มเพิ่มความน่าสนใจให้กับเว็บไซต์ การใช้ภาพประกอบที่ชัดเจนช่วยเสริมความเข้าใจและเพิ่มความน่าสนใจ เนื้อหาควรจัดเรียงอย่างมีระเบียบและไม่ซับซ้อน เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย เว็บไซต์ควรมีหน้าหลักที่แสดงภาพรวมของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนจากมะดัน และลิงก์ไปยังหน้าตำรับอาหารที่แบ่งประเภทอย่างชัดเจน เช่น อาหารคาว หวาน และเครื่องดื่ม ข้อมูลตำรับอาหารควรละเอียดพร้อมแนะนำขั้นตอนการทำอาหาร เพื่อให้ผู้ใช้ทดลองทำเองได้ หน้า "ผู้วิจัย" ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและเสริมภาพลักษณ์องค์กร เว็บไซต์ที่ออกแบบดีจะช่วยเสริมสร้างการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 3 หน้าเว็บไซต์

## อภิปรายผล

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

1. ตำรับอาหารรสชาติดั้งเดิมและร่วมสมัยจากมะดันเป็นการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นกับนวัตกรรมทางการตลาดเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหารและเกษตรกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาตำรับอาหารที่ใช้มะดันเป็นวัตถุดิบหลัก เช่น ผัดไทยซอสมะดัน และข้าวผัดน้ำพริกไข่เค็มมะดัน เป็นการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

และดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ท้องถิ่นในรูปแบบที่ทันสมัย (Scarpato, 2002; United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization, 2008) การนำมะดันไปปรับใช้ในตำรับร่วมสมัยช่วยเสริมสร้างความแปลกใหม่และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Ritchie and Crouch, 2003) ดังที่ ประเสริฐ โยธิดาร์ และ คณะ (2566) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาตำรับอาหารผัดไทยเชิงสร้างสรรค์จากมะดัน พืชท้องถิ่นของชุมชนเมืองมะดัน จังหวัดนครนายก แสดงให้เห็นถึงการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อสร้างความแตกต่างและคุณค่าให้กับอาหารพื้นเมือง สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่ไม่เพียงแต่รักษาความเป็นเอกลักษณ์ แต่ยังเพิ่มมูลค่าผ่านการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่หลากหลาย (Cohen and Avieli, 2010) นอกจากนี้ การใช้มะดันเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนเมืองมะดัน เช่น การทำอาหารท้องถิ่นหรือการเยี่ยมชมสวนมะดัน ยังช่วยสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (ญาดา ขอบทำดี และ นรินทร์ สังข์รักษา, 2562)

2. การพัฒนาตำรับอาหารจากมะดันทั้งในรูปแบบดั้งเดิมและร่วมสมัยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างความพึงพอใจสูง โดยเมนูที่ได้รับความนิยมสูงสุด เช่น ข้าวผัดปลาเค็มน้ำมะดันแดดเดียวและโดนัทมะดัน สะท้อนถึงการผสมผสานระหว่างความแปลกใหม่และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งตรงกับแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์การรับประทานอาหารที่แตกต่างและทันสมัย (อาณี อธิชัยกุล, 2557) การนำมะดันไปใช้ในตำรับอาหารร่วมสมัยทำให้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่เพียงแต่รักษาความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น แต่ยังเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการและประสบการณ์ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว (วิทยาลัยดุสิตธานี, 2560) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเมนูอาหารจากมะดันที่ได้รับการพัฒนาให้ทันสมัยสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์แปลกใหม่และสะดวกสบาย เช่น ข้าวผัดปลาเค็มน้ำมะดันแดดเดียว และโดนัทมะดัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้มะดันในรูปแบบที่มีความสร้างสรรค์และมีความหลากหลายในการนำเสนอ (ธีระวัฒน์ จันทิก และ คณะ, 2564) อย่างไรก็ตาม ข้าวแต่น้ำมะดันได้รับความนิยมพึงพอใจต่ำที่สุดเนื่องจากเป็นเมนูที่คุ้นเคยและไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือกรรมวิธีการปรุงมากนัก (ปรีชา มณีศรี และ คณะ, 2563) ดังนั้น การพัฒนาตำรับอาหารจากมะดันจึงควรเน้นที่การผสมผสานระหว่างความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นและความทันสมัยเพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

ในด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของเมืองมะดันในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งสามารถเข้าถึงตลาดนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550; ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2557; Kotler and Keller, 2012) นอกจากนี้ การผสมผสานสมุนไพรท้องถิ่นในเมนูอาหารยังเป็นการเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจ เช่น การใช้มะดันและใบมะกรูด สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วมในการสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Hall and Sharples, 2003) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ภูริ ชูณหะวัณ, ธีรพัทธ์ ชมชื่นจิตตสิน และ นิบุล ประเคนภักธา (2563) ที่แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกท่องเที่ยวเชิงอาหารมักมาจากการได้รับประทานอาหารที่มีประโยชน์และดีต่อสุขภาพ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นโดยการผสมผสานความทันสมัยกับเอกลักษณ์จะช่วยเพิ่มการรับรู้และส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

3. กระบวนการพัฒนานวัตกรรมพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารจากมะดันสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนเป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการที่สะท้อนถึงความสำคัญของการเชื่อมโยงระหว่างการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ กระบวนการดังกล่าวเริ่มจากการสำรวจตำรับอาหารท้องถิ่นและความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้สามารถเข้าใจความต้องการของตลาดและสร้างความโดดเด่นจากมะดันและวัตถุดิบท้องถิ่นในการพัฒนาเมนูอาหารที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดนักท่องเที่ยว จากนั้นจะพัฒนารูปแบบการนำเสนอทั้งในด้านบริการอาหาร และการบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว พร้อมกับสร้างกระแสการตลาดผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเมืองมะดันและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเมืองมะดัน เพื่อเพิ่มการรับรู้และความสนใจในผลิตภัณฑ์ สุดท้ายการสนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการผลิตและบริการจะช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นและความยั่งยืน ผ่านการอนุรักษ์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่ากระบวนการพัฒนานวัตกรรมพัฒนาตำรับอาหารจากมะดันสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนประกอบด้วยขั้นตอนที่

เชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่องและมีความสัมพันธ์เชิงระบบ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณค่าและยั่งยืน ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างกระบวนการทั้งหมด (เกียรติพงษ์ อุดมธนะวีระ, 2562) สอดคล้องกับการศึกษาของ ชมพูนุท ภาณุภาส, ปัญญาพร ธนาวิชานันท์ และ กิ่งกนก เสาวภาวงศ์ (2564) ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามอัตลักษณ์พื้นที่นครแม่สอด จังหวัดตาก ผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ โดยเฉพาะในด้านการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น เช่น ฮาละหว่า เส็งเผ่ เด็กโท หมากหวาน และโรตีสายดำ กำลังเผชิญกับการสูญหายจากการแทรกซึมของอาหารสำเร็จรูปที่มีความนิยมในตลาด สำหรับแนวทางการพัฒนา การวิจัยเสนอกรอบแนวคิด “MAESOD” ซึ่งประกอบด้วยการจัดการประสบการณ์ที่แท้จริง (Management authentic experience) การสนับสนุน (Support) การรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิม (Original culture) และการมิติการท่องเที่ยว (Dimension) แนวทางนี้เน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยคำนึงถึงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อรักษาความเป็นเอกลักษณ์และส่งเสริมให้เป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาเช่นนี้จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่นครแม่สอด และคงความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่นในเชิงเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมะดันที่เน้นความเป็นท้องถิ่นและการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ กระบวนการพัฒนาไม่เพียงแต่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่ยังเสริมสร้างการรับรู้ในด้านวัฒนธรรมและอาหารท้องถิ่นผ่านการใช้เทคโนโลยีและการออกแบบที่เหมาะสม (Smith, 2006) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจึงเป็นการสร้างโอกาสในการเพิ่มมูลค่าให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

## สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้พบว่า กระบวนการพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารจากมะดันพืชท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดนครนายกเป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการที่สำคัญ โดยกระบวนการครอบคลุมการสำรวจ การพัฒนา การสร้างสรรค์ การสร้างกระแสทางการตลาด และการแบ่งปันสู่ชุมชน ช่วยเสริมสร้างเอกลักษณ์ท้องถิ่น ผ่านการปรับใช้มะดันในเมนูอาหารดั้งเดิมและร่วมสมัย เช่น น้ำพริกมะดัน ผัดไทยซอสมะดัน และขนมหวานจากมะดัน ผลิตภัณฑ์อาหารเหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่า แต่ยังช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน การนำเสนอตำรับอาหารที่หลากหลายทำให้มะดันกลายเป็นส่วนสำคัญของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนในชุมชน

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานจังหวัดนครนายก สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครนายก ควรสนับสนุนการพัฒนาและยกระดับตำรับอาหารท้องถิ่น เช่น มะดัน ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว โดยการจัดสรรงบประมาณสำหรับการศึกษา วิจัย และพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรพัฒนานโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการอนุรักษ์อาหารท้องถิ่น โดยจัดแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารและสนับสนุนการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในการผลิตอาหาร ซึ่งจะส่งเสริมการตลาดและเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2. ชุมชนเมืองมะดัน และธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดนครนายก ควรนำตำรับอาหารดั้งเดิมและร่วมสมัยที่พัฒนาขึ้นไปใช้เป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเมืองมะดัน ตลอดจนธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดนครนายก ควรจัดฝึกอบรมและถ่ายทอดความรู้ด้านการปรุง การแปรรูป และการนำเสนออาหารอย่างสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับรสชาติและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และสร้างนวัตกรรมเชิงกระบวนการให้เกิดอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่นและความยั่งยืนของชุมชน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการตลาดอาหารท้องถิ่น มีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในด้านการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย มีการวิจัยเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น

แอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ เพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการใช้สื่อออนไลน์ในการโปรโมตและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย

### เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2564-2565). สืบค้นจาก <https://www.anyflip.com/zzfck/gopk/>
- เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2562). วงจรการพัฒนาระบบ. สืบค้นจาก <https://dol.dip.go.th/th/category/2019-02-08-08-57-30/2019-03-15-11-06-29>
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2557). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชมพูนุท ภาณุภาส, ปัญญาพร ธนาวชิรานันท์ และ กิ่งกนก เสาวภาวงศ์. (2564). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามอัตลักษณ์พื้นที่นครแม่สอด จังหวัดตาก. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*, 27(2), 46-61.
- ญาดา ขอบท่าดี และ นรินทร์ สังข์รักษา. (2562). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 406-416.
- ธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์, จิตพนธ์ ชุมเกต, ชิษณุพงศ์ ศิริโชติจินดากร, ระชานนท์ ทวีผล และ ธนพัฒน์ อินทวิ. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่นสำหรับยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านไทยมุสลิม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), 454-475.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประเสริฐ โยธิดาร์, ปรีญา สมพีช, วงศ์วิภา โสสุวรรณจินดา, มรกต บุญศิริชัย และ ณัฐกานต์ ร่องทอง. (2566). การพัฒนาตำรับอาหารผัดไทยเชิงสร้างสรรค์จากมะดันพืชท้องถิ่นของชุมชนเมืองมะดัน จังหวัดนครนายก. ใน *การประชุมวิชาการศิลปศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 4*, วันพฤหัสบดีที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2566 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ปรีชา มุณีศรี, สาวิตรี มุณีศรี, ดวงเดือน สงฤทธิ์ และ เจษฎา ร่มเย็น. (2563). การสร้างอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นและกลไกส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช. สืบค้นจาก <https://www.repository.rmutsv.ac.th/handle/123456789/2324>
- ภูริ ชุณหะวัณ, ธีราพัทธ์ ชมชื่นจิตตสิน และ นิธิกุล ประเคนภัทรา. (2563). การสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยท้องถิ่นเสริมภูมิทัศน์ทางนันทนาการในวิถีชุมชนสุขภาพ หลังการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(2), 143-154.
- มัลลิกา ศิริพิศ. (2559). *รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคตะวันตก (โครงการย่อยที่ 1)* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- ราณี อธิชัยกุล. (2557). *การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง*. นนทบุรี: ฝ่ายตำรา สำนักวิชาการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. วิทยาลัยดุสิตธานี. (2560). *บทที่ 3 การเขียนตำรับอาหารและเครื่องดื่มมาตรฐาน (Standard Recipe)*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยดุสิตธานี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเทกซ์.
- สำนักงานจังหวัดนครนายก. (2562). *แผนพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ. 2561-2564*. สืบค้นจาก <https://www.nakhonnayok.go.th/>

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.). (2559). *การท่องเที่ยวเชิงอาหาร*. กรุงเทพฯ: บริษัท โคคูน แอนด์ โค จำกัด.

Cohen, D. and Crabtree, B. (2006). Qualitative Research Guidelines Project. Retrieved from <http://www.qualres.org/HomeEval-3664.html>

Cohen, E., and Avieli, N. (2010). Food tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.

Hall, C. M. and Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of Consumption. Retrieved from <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9780080477862/chapters/10.4324/9780080477862-9>

Kotler, P. and Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. (12<sup>th</sup> ed.). Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.

Ritchie, J. R. and Crouch, G. I. (2003). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian Perspectives. Retrieved from <https://www.scielo.br/pdf/rap/v44n5/v44n5a03.pdf>

Scarpato, R. (2002). *Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies*. In A.-M. Hjalager and G. Richards (Eds.), *Tourism and gastronomy*. (pp. 51–70). London, UK: Routledge.

Smith, D. (2006). *Exploring Innovation*. Berkshire: McGraw-Hill Education.

United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2008). *The 2008 Santa Fe UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe*. Retrieved from <https://www.unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811>

Yamane, T. (1960). *Statistics: An Introductory Analysis*. Singapore: Harper International Edition.

### ผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้ข้อมูล 1. (6 กันยายน 2563). [สัมภาษณ์]

ผู้ให้ข้อมูล 2. (6 กันยายน 2563). [สัมภาษณ์]

ผู้ให้ข้อมูล 3. (1 พฤศจิกายน 2563). [สัมภาษณ์]

# ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวที่บ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย

## Tourist Expectations of Tourism Management at Ban Na Wiang Yai, Dan Sai District, Loei Province

วิไลพร ยากอมป้อม<sup>1\*</sup> อัญชลี โกกะนุช<sup>2</sup> จารุพร มีทรัพย์ทอง<sup>3</sup>

Vilaiporn Yakampom<sup>1\*</sup> Anchatee Kokanuch<sup>2</sup> Jaruporn Meesuptong<sup>3</sup>

Corresponding Author's Email: vilaiporn.yak@lru.ac.th<sup>1</sup>

(Received: March 3, 2025; Revised: December 22, 2025; Accepted: December 24, 2025)

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวที่บ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอ  
ด่านซ้าย จังหวัดเลย และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวที่บ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอ  
ด่านซ้าย จังหวัดเลย จำแนกตาม เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว  
กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย จำนวน  
369 ราย สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงอนุมาน โดยการทดสอบค่าเฉลี่ยด้วย t-test และ F-test (One-way ANOVA) และใช้วิธี  
เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว  
ต่อการจัดการท่องเที่ยวที่บ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ รองลงมา คือ  
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว  
ตามลำดับ และ 2) ความคาดหวังที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวที่บ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ผลการวิจัย พบว่า อายุ  
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ส่งผลต่อความคาดหวังการจัดการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ .05 ในขณะที่เพศ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และอาชีพไม่มีผลต่อความคาดหวังการจัดการท่องเที่ยว

**คำสำคัญ:** องค์ประกอบการท่องเที่ยว พืชพรรณหน้าากาผีตาโขน การจัดการท่องเที่ยวชุมชน ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว

### Abstract

This study aimed to: 1) examine tourist expectations regarding tourism management in Ban Na Wiang Yai, Dan Sai District, Loei Province; and 2) analyze differences in these expectations based on demographic variables including gender, age, origin, education level, occupation, average monthly income, and travel companions. Employing an accidental sample of 369 tourists visiting Ban Na Wiang Yai, data were collected using a questionnaire. Descriptive statistics, including frequencies, percentages, means, and standard deviations, were calculated. Data analysis used inferential statistics by testing the mean with T-test and F-test (One-way ANOVA) and comparing the differences of each pair using LSD (Least Significant Difference) method. The findings indicated: 1) that tourist expectations were highest for attractions, followed by tourism activities and facilities, with accessibility receiving the lowest ratings; and 2) expectations towards tourism management in Ban Na Wiang Yai, Dan Sai District, Loei Province. The research results found that age, average monthly income, and people who traveled together had a statistically significant effect on expectations towards tourism

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

<sup>2</sup> Lecturers, Department of Management Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

<sup>3</sup> Lecturer, Digital Marketing Discipline, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

management at the .05 level, while gender, place of residence, education level, and occupation had no effect on expectations towards tourism management.

**Keywords:** tourism components, Phi Ta Khon mask museum, community-based tourism management, tourist expectation

## ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวคือ ปัจจัยดึง (Pull factors) ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถสังเกตได้และไม่สามารถสังเกตได้และเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะ ความน่าสนใจ สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ความสามารถในการเดินทางเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อการตัดสินใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Duang, Pham, and Hoang, 2023) จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความคาดหวังที่มีการจัดการท่องเที่ยว เช่น ผลงานวิจัยของ Ünal, and Celen (2020) ที่ทำการศึกษาความความคาดหวังของนักท่องเที่ยวภายในประเทศก่อนการคัดเลือกเป้าหมายปลายทางและการประเมินหลังการเดินทาง โดยได้ดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของ Kanittinsutitong, et al.,(2022) ที่ทำการศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวได้แก่เพศ อายุ ระดับรายได้ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ซึ่งคณะผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความคาดหวังทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

จากภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านประเพณีและวัฒนธรรมผีตาโขนในพื้นที่อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ทำให้ชาวบ้านในชุมชนบ้านนาเวียงใหญ่ที่มีความรักและผูกพัน “ผีตาโขน” ประกอบกับภูมิปัญญาทางด้านหัตถกรรมโดยการจัดทำต้นผึ้งเพื่อไปถวายพระธาตุศรีสองรักของชาวบ้านในชุมชน และความรักในอาหารพื้นถิ่นที่มีวัตถุดิบที่หาง่ายมาปรุงเป็นอาหารประจำถิ่นของชุมชน “พิพิธภัณฑสถานหูกากผีตาโขน” ได้รับการจัดตั้งโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย จึงเกิดขึ้นจากเจตนารมณ์ของกลุ่มที่ต้องการพัฒนาศักยภาพของชุมชนโดยการใช้การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่เป็นตัวนำเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผีตาโขนให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางผ่านนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ความต้องการการสืบสานภูมิปัญญาการทำต้นผึ้งเพื่อเป็นเครื่องสักการะพระธาตุศรีสองรักและการเผยแพร่อาหารท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จัก ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่สอดคล้องกับความต้องการหรือความคาดหวังของนักท่องเที่ยวแล้ว ความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องดำเนินการควบคู่คือการพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการให้กลุ่มสามารถขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างยั่งยืนซึ่งเป็นต้นทางของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การวางแผนการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวให้สามารถรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปีซึ่งเป็นปลายทางของการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งนี้โดยให้ความสำคัญกับความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มผู้มาเยือน กิจกรรมและการประเมินผลกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อนำมาสู่การปรับปรุงและพัฒนา ส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและเกิดความรักความภาคภูมิใจในพื้นที่ สามารถสร้างรายได้จากทรัพยากรที่มีเอกลักษณ์ในพื้นที่ของตน และนำมาซึ่งการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นกับชุมชนต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศไทย รวมทั้งสอดคล้องกับนโยบายขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เขต 5

ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย และมุ่งศึกษาถึงความแตกต่างทางด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความคาดหวังที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย และมุ่งศึกษาถึงความแตกต่างทางด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับ

ความคาดหวังที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาระบบการจัดการกลุ่มผู้ประกอบการที่รับผิดชอบต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำแนกตาม เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว

### สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1: เพศที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2: อายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3: ภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

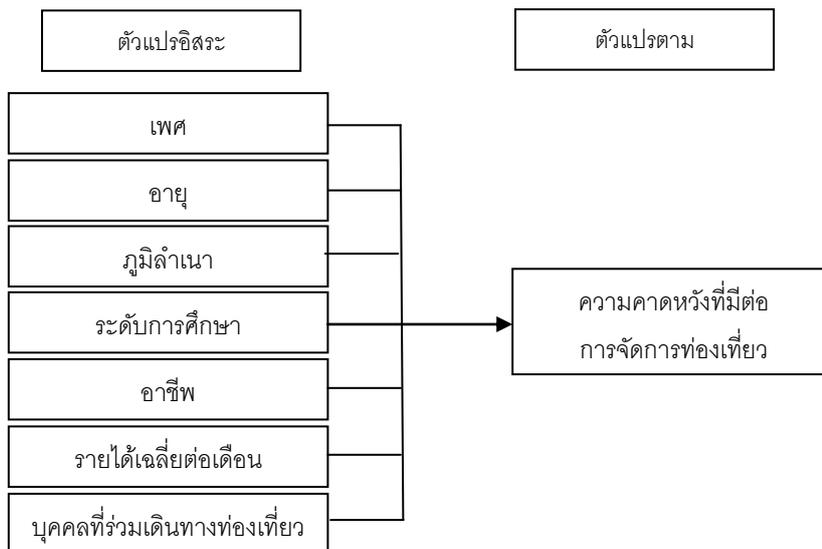
สมมติฐานการวิจัยที่ 4: ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 5: อาชีพที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 6: รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 7: บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ผังกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research methodology)

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรการคำนวณเมื่อไม่ทราบขนาดของประชากรแน่ชัด ทั้งนี้โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาร้อยละ 60 มีค่าคลาดเคลื่อนที่ระดับ .05 ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างอย่างมีจำนวน 369 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยเลือกวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยใช้สูตรการกำหนดขนาดของตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่ชัด โดยมีสูตรการกำหนดขนาดตัวอย่าง (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)(Z)^2}{e^2}$$

- เมื่อ  $n$  หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง  
 $P$  หมายถึง ค่าร้อยละที่ต้องการจากจำนวนประชากร  
 (ในงานวิจัยนี้กำหนดไว้ที่ร้อยละ 60)  
 $e$  หมายถึง ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง  
 (ในงานวิจัยนี้กำหนดไว้ที่ .05)  
 $Z$  หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด  
 (เมื่อค่า  $e = 0.05$  ค่า  $Z = 1.96$ )

$$\begin{aligned} \text{สูตร } n &= \frac{0.60(1.00-0.60)(1.96)^2}{0.05^2} \\ &= \frac{0.60(0.40)(3.8416)}{0.0025} \\ &= \frac{0.922}{0.0025} \\ &= 368.8 \text{ หรือ } 369 \text{ คน} \end{aligned}$$

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2567 - สิงหาคม 2567

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยค้นคว้าข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดสำหรับการกำหนดรายละเอียดโครงสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended questions) คำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 8 ข้อประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิภาค ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน บุคคลที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว และเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยว เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended questions) ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert's rating scale) ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรมทางท่องเที่ยว

สำหรับการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบ ประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ (Index of Objective: IOC) แล้วเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แล้วปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องของเครื่องมืออยู่ระหว่าง 0.66-1.00 หลังจากนั้นจึงดำเนินการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้ววิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.97

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วนที่สำคัญ คือ

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) สำหรับสถิติเชิงพรรณนาที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Average) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มใช้การทดสอบค่าทีแบบเป็นอิสระต่อกัน (t-test: independent) โดยทดสอบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ส่วนบุคคลเมื่อกลุ่มตัวอย่างมี 2 กลุ่ม และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way-ANOVA) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หากพบว่ามีความแตกต่างทางสถิติจะทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไปด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD)

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย มีดังต่อไปนี้

### 1. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย มีดังนี้

1.1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน (ร้อยละ 67.70) อายุ ระหว่าง 38-47 ปี ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 279 คน (ร้อยละ 60.40) และการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 181 คน (ร้อยละ 52.20) ส่วนมากมีสถานภาพสมรส จำนวน 172 คน (ร้อยละ 49.60) ประกอบอาชีพ รับราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 150 คน (ร้อยละ 34.20) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,00-20,000 บาท (ร้อยละ 31.70) ส่วนมากเป็นบุคคลที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว จำนวน 101 คน (ร้อยละ 29.10) และเหตุผลในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ สนใจวิถีชีวิตชุมชน จำนวน 178 คน (ร้อยละ 51.30) และสนใจแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมจำนวน 167 คน (ร้อยละ 48.10)

### 1.2 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย โดยภาพรวมและรายด้าน

ความคาดหวัง	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.10	0.59
1.1 ความมีเอกลักษณ์ของขนบธรรมเนียมประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน/วิถีชีวิตของชุมชน	4.19	0.67
1.2 การตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.10	0.70
1.3 ทิวทัศน์และบรรยากาศของชุมชนมีความสวยงาม	4.10	0.68
1.4 วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงหน้าฉากมีตาข่ายเหมาะสม	4.16	0.66
1.5 การจัดตกแต่งสถานที่ด้วยแสงไฟมีความสว่างเหมาะสม	4.06	0.72
1.6 สินค้าของที่ระลึกมีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์หน้าฉากมีตาข่าย	4.08	0.65
1.7 สินค้าของที่ระลึกมีการออกแบบที่บ่งบอกความสวยงามและสะดวกในการนำกลับ	4.02	0.73
2. ด้านการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว	4.01	0.63
2.1 การเดินทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก	4.06	0.69
2.2 มีป้ายบอกทางเพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวชัดเจน	4.04	0.72
2.3 มีป้ายบอกทางภาษาอังกฤษเพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติชัดเจน	3.90	0.82
2.4 ถนนเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในสภาพดี	3.98	0.73
2.5 การค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ทำได้ง่าย	4.07	0.69
2.6 การจัดระเบียบเส้นทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	4.02	0.74

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

ความคาดหวัง	$\bar{X}$	S.D.
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.04	0.64
3.1 การดูแลความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะสม	4.09	0.72
3.2 การจัดระเบียบการใช้ห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะไว้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	4.03	0.78
3.3 การดูแลความปลอดภัยในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสม	4.10	0.72
3.4 การดูแลความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสม	4.08	0.70
3.5 การจัดวางแผนผังในพิพิธภัณฑ์หน้ากาศีตาโชนมีความเหมาะสม	4.08	0.71
3.6 เส้นทางในการเดินชมในพิพิธภัณฑ์หน้ากาศีตาโชนมีความกว้างที่เหมาะสมและไม่วกวน	4.05	0.73
3.7 ร้านอาหารในชุมชนเพียงพอต่อความต้องการ	4.01	0.72
3.8 ถึงขยะเพียงพอและเป็นระเบียบ	3.86	0.78
4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.09	0.66
4.1 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้การทำต้นผึ้งร่วมกับชุมชนมีความเหมาะสม	4.06	0.75
4.2 การเรียนรู้การทำอาหารท้องถิ่นร่วมกับชุมชนมีความเหมาะสม	4.04	0.74
4.3 มีข้อมูลที่ชัดเจนในการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของหน้ากาศีตาโชน	4.09	0.72
4.4 มีกิจกรรมงานประเพณีที่แสดงออกถึงศิลปะพื้นบ้าน เช่น งานไหลเรือไฟและต้นผึ้ง	4.13	0.70
4.5 มีกิจกรรมเน้นวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่น เช่น งานประกวดหน้ากาศีตาโชน	4.14	0.71
รวม	4.06	0.58

จากตารางที่ 1 พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย เพื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษามีข้อค้นพบในแต่ละด้านดังนี้

ด้านสิ่งดึงดูดใจในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความมีเอกลักษณ์ของขนบธรรมเนียมประเพณี/วัฒนธรรมชุมชนวิถีชีวิตของชุมชน รองลงมาคือ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงหน้ากาศีตาโชนเหมาะสม ทิวทัศน์และบรรยากาศของชุมชนมีความสวยงาม การตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม สินค้าของที่ระลึกมีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์หน้ากาศีตาโชน การจัดตกแต่งสถานที่ด้วยแสงไฟมีความสว่างเหมาะสม และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สินค้าของที่ระลึกมีการออกแบบที่สวยงามและสะดวกในการนำกลับ

ด้านการเดินทางมาท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ทำได้ง่าย รองลงมาคือ การเดินทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก มีป้ายบอกทางเพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวชัดเจน การจัดระเบียบเส้นทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ถนนเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในสภาพที่ดี และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีป้ายบอกทางภาษาอังกฤษเพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติชัดเจน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การดูแลความปลอดภัยในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสม รองลงมาคือ การดูแลความสะดวกของสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะสม การดูแลความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสม เส้นทางในการเดินชมในพิพิธภัณฑ์หน้ากาศีตาโชนมีความกว้างที่เหมาะสมและไม่วกวน การจัดระเบียบการใช้ห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะไว้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ร้านอาหารในชุมชนเพียงพอต่อความต้องการ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ถึงขยะเพียงพอและเป็นระเบียบ

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีกิจกรรมเน้นวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่น เช่น งานประกวดหน้ากากผีตาโชน รองลงมาคือ มีกิจกรรมงานประเพณีที่แสดงออกถึงศิลปะพื้นบ้าน เช่น งานไหลเรือไฟและต้นผึ้ง มีข้อมูลที่ชัดเจนในการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของหน้ากากผีตาโชน การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้การทำต้นผึ้งร่วมกับชุมชนมีความเหมาะสม และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การเรียนรู้การทำอาหารท้องถิ่นร่วมกับชุมชนมีความเหมาะสม

2. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวที่บ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย จำแนกตาม คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวที่บ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย โดยภาพรวมการจัดการท่องเที่ยว

คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ		ผลการทดสอบ สมมติฐานการวิจัย
	t	F	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1: เพศ	0.71		ไม่แตกต่าง
สมมติฐานการวิจัยที่ 2: อายุ		0.00*	แตกต่าง
สมมติฐานการวิจัยที่ 3: ภูมิลำเนา	0.14		ไม่แตกต่าง
สมมติฐานการวิจัยที่ 4: ระดับการศึกษา		0.89	ไม่แตกต่าง
สมมติฐานการวิจัยที่ 5: อาชีพ		0.36	ไม่แตกต่าง
สมมติฐานการวิจัยที่ 6: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		0.04*	แตกต่าง
สมมติฐานการวิจัยที่ 7: บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว		0.03*	แตกต่าง

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวที่บ้านนาเวียงใหญ่ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ นักท่องเที่ยวที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และมีบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ที่ต่างกัน มีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวที่บ้านนาเวียงใหญ่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ดังรายละเอียดในตารางที่ 3- 5

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ค่าเฉลี่ยคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวที่บ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	อายุ 11-27 ปี	อายุ 28-37ปี	อายุ 38-47 ปี	อายุ 48-56 ปี	อายุ 57 ปีขึ้นไป
		4.15	3.69	3.96	4.31	4.05
อายุ 11-27 ปี	4.15	-	0.18	0.19*	-0.16	0.09
อายุ 28-37 ปี	3.69	-	-	0.00	-0.34*	-0.08
อายุ 38-47 ปี	3.96	-	-	-	-0.35*	-0.09
อายุ 48-56 ปี	4.31	-	-	-	-	0.25
อายุ 57 ปีขึ้นไป	4.05	-	-	-	-	-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 38-47 ปี มีความคาดหวังต่อการจัดการการท่องเที่ยวแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 11-27 ปี ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 48-56 ปี มีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 28-37 ปี และอายุ 38-47 ปี

**ตารางที่ 4** การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ค่าเฉลี่ยคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	≤ 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,001 – 50,000 บาท	≥ 50,000 บาท
		4.16	4.01	3.86	4.11	4.12	4.20
≤ 10,000 บาท	4.16	-	0.15	0.29*	0.04	0.04	-0.04
10,001-20,000 บาท	4.01	-	-	0.14	-0.10	-0.11	-0.19
20,001-30,000 บาท	3.86	-	-	-	-0.24*	-0.25	-0.33*
30,001-40,000 บาท	4.11	-	-	-	-	-0.00	-0.08
40,001-50,000 บาท	4.12	-	-	-	-	-	-0.08
≥ 50,000 บาท	4.20	-	-	-	-	-	-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยว แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความคาดหวังการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาท

**ตารางที่ 5** การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ค่าเฉลี่ยคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย จำแนกบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว

บุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	มาคนเดียว	มากับเพื่อน	มากับครอบครัว	มากับเพื่อนและครอบครัว	มากับหน่วยงาน
		4.01	4.03	3.93	4.16	4.19
มาคนเดียว	4.01	-	-0.01	0.08	-0.13	-0.17
มากับเพื่อน	4.03	-	-	0.10	-0.11	-0.15
มากับครอบครัว	3.93	-	-	-	-0.22*	-0.26*-
มากับเพื่อนและครอบครัว	4.16	-	-	-	-	-0.04
มากับหน่วยงาน	4.18	-	-	-	-	-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในชุมชนกับครอบครัวมีความคาดหวังกับการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับเพื่อน ครอบครัว และกับหน่วยงาน

## อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย อภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

1. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อภิปรายผลตามค่าน้ำหนัก ดังต่อไปนี้

ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นความมีเอกลักษณ์ของชนบทรอบนิยมประเพณี/วัฒนธรรมชุมชนวิถีชีวิตของชุมชน วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงหน้าฉากผีตาโขนเหมาะสม ทิวทัศน์และบรรยากาศของชุมชน มีความสวยงาม การตกแต่งสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม สินค้าของที่ระลึกมีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์ หน้ากากผีตาโขน สอดคล้องกับงานวิจัยของณัทย์ มุขดีสุทธวัฒน์ (2564) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า ต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติความเป็นมาอันน่าสนใจ แหล่งประวัติศาสตร์ที่มีความสวยงาม และแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์อันทรงคุณค่ามา ยาวนานและได้รับการอนุรักษ์และคงสภาพเดิมไว้ แหล่งท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่น่าพักผ่อน มีทัศนียภาพและภูมิทัศน์ที่สวยงาม ยังสอดคล้องกับงานวิจัยไฮลดา โสพรรณ (2564) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจ ความคาดหวัง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และ ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความประทับใจในการมาเยือนจังหวัดลำพูน พบว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา ประวัติศาสตร์และโบราณสถาน ได้ชมวัดวาอารามที่มีชื่อเสียง มีธรรมชาติที่สวยงาม น่าสนใจ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีความน่าสนใจของประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีที่ไม่เหมือนจังหวัดอื่น ของที่ระลึกมีความหลากหลายและมีร้านจำหน่าย ของที่ระลึกจำหน่ายสินค้าแตกต่างจากจังหวัดอื่น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม เนื่องจากของที่ระลึกเป็นตัวแทนของศิลปะ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับงานของ Zaal and Ramezanzadeh Lasbooyee (2023) ที่วิเคราะห์ช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริงของผลิตภัณฑ์ หัตถกรรม โดยพบปัญหาด้านความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ คุณภาพของข้อมูล และความหลากหลายของสินค้า รวมถึงลักษณะของ นักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อมุมมองที่มีต่อของที่ระลึกในแง่ของรูปทรง สี ขนาด และบรรจุภัณฑ์

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นมีกิจกรรมเน้นวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ของชุมชนที่โดดเด่น เช่น งานประกวดหน้ากากผีตาโขน มีกิจกรรมงานประเพณีที่แสดงออกถึงศิลปะพื้นบ้าน เช่น งานไหลเรือไฟ และต้นผึ้ง มีข้อมูลที่ชัดเจนในการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของหน้ากากผีตาโขน การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้การทำต้นผึ้งร่วมกับชุมชนมี ความเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของณัทย์ มุขดีสุทธวัฒน์ (2564) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจ ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า ต้องการหากิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ แสวงหาความรู้และประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวและหากิจกรรมที่หลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว กิจกรรมที่แสดงถึงอาหารท้องถิ่น เป็นสิ่งที่ต้องได้รับการพัฒนามากที่สุด ซึ่ง สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นครอบครัวและสนใจสัมผัสวิถีชีวิตชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sortrakul et al. (2024) ระบุว่าอาหารท้องถิ่นสะอาดและส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้อย่างเป็นเอกลักษณ์ โดย Kiral'ová (2021) เสริมว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่เพียงแต่สร้างรายได้ แต่ยังเสริมสร้างวัฒนธรรมที่ช่วยยกระดับประสบการณ์การ ท่องเที่ยวได้ด้วย ปัจจุบัน กิจกรรมทำอาหารถือเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวชุมชน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านี้จึงช่วยเพิ่มคุณค่าของอาหารชุมชนและเติมเต็มประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวได้อย่างดี

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นการดูแลความปลอดภัยในการเดินทางไป แหล่งท่องเที่ยวเหมาะสม การดูแลความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะสม การดูแลความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินใน บริเวณแหล่งท่องเที่ยวเหมาะสม เส้นทางในการเดินชมในพิพิธภัณฑ์หน้ากากผีตาโขนมีความกว้างที่เหมาะสมและไม่วกวน การจัด

ระเบียบการใช้ห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะไว้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ร้านอาหารในชุมชนเพียงพอต่อความต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของโอลดา โสพรอร์ (2564) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจ ความคาดหวัง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และปัจจัยด้านความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความประทับใจในการมาเยือนจังหวัดลำพูน พบว่า มีรถประจำทางพร้อมที่จะให้บริการ มียานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวให้เลือกใช้ได้อย่างสะดวก แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย การจราจรมีความคล่องตัวในการเดินทาง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุด โดยในด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมีความกังวลในการเดินทางไปยังพื้นที่ที่ไม่คุ้นเคย (Teerah, Wildes, and Mistry, 2020) และ Meechaiyo, Songsittidate, and Settasuwacha, (2021) ซึ่งว่าการจัดการความปลอดภัยทางถนนที่ไม่ชัดเจนอาจเป็นสาเหตุของความไม่ปลอดภัยได้ นอกจากนี้ จากบริบทของพื้นที่ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ในชุมชนที่ไม่มีระบบการจัดการด้านความปลอดภัย ทำให้เกิดความจำเป็นในการพัฒนาระบบความปลอดภัยของชุมชน ในส่วนของร้านอาหาร เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวและเป็นปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางเช่นเดียวกับแรงดึงดูดทางกายภาพอื่นๆ (Upariputtangkul and Suveatawatanakul, 2023; Daries, Marine-Roig, Ferrer-Rosell, and Cristobal-Fransi, 2021) ซึ่งยืนยันถึงความจำเป็นในการยกระดับสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

ด้านการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในประเด็นการค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ทำได้ง่าย การเดินทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก มีป้ายบอกทางเพื่อเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวชัดเจน การจัดระเบียบเส้นทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมีความเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของกรแก้ว ผัดผ่อง (2562) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณหาดทรายแก้ว อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า มีความสะดวกในการเดินทาง มีเรือโดยสารให้บริการทุกชั่วโมง มีความปลอดภัยในการเดินทาง ป้ายบอกทางจราจรเข้า-ออกมีความชัดเจน ป้ายสื่อความหมายและป้ายบอกทางมีความชัดเจน ในส่วนของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในด้าน ป้ายบอกทางภาษาอังกฤษ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะป้ายที่ชัดเจนจะช่วยบอกทิศทางที่จำเป็น ทำให้เดินทางได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามกำหนดเวลา (Wan, 2022)

**2. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย จำแนกตาม เพศ อายุ ภูมิฐานะ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว** ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านอายุและรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลให้มีความคาดหวังแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัทชัย มุขดีสุทธรวัฒน์ (2564) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า อายุและรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความคาดหวังด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับผลงานวิจัยของณัทชัย มุขดีสุทธรวัฒน์ (2564) นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในรายละเอียดผลงานวิจัยของ Kanittinsutitong, et al. (2022) ค้นพบว่ารายได้ที่แตกต่างกันมีผลให้การจูงใจทางการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และผลงานวิจัยของ Pattanapokinsakul and Phakdee-auksorn (2015) ยังพบว่าอีกว่า อายุที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้านการจัดหาที่จอดรถแตกต่างกัน และระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้านการจัดหาที่จอดรถแตกต่างกัน

สำหรับบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวแตกต่างกัน จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางมากับเพื่อนและครอบครัว และเหตุผลสำคัญในการเดินทางมาท่องเที่ยวคือ สนใจวิถีชีวิตชุมชน สนใจแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม

ซึ่งกิจกรรมสำคัญของการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ได้แก่ กิจกรรมงานศิลปะบนหน้ากากผีตาโชนจำลอง กิจกรรมจัดทำต้นผึ้ง และกิจกรรมอาหารท้องถิ่น ซึ่งบุคคลที่ร่วมเดินทางสามารถร่วมเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชนผ่านกิจกรรมได้ นอกจากนี้ ผลงานวิจัยยังสอดคล้องกับงานของ จารุวรรณ โปษยานนท์ และ คณะ (2566) ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว กับเพื่อนและครอบครัว โดยผลการวิจัยยืนยันว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน อาจกล่าวได้ว่า การรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยววนนอกจากได้รับอิทธิพลจากตัวนักท่องเที่ยวเองแล้ว ยังเกี่ยวข้องกับ ความคาดหวังที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวจากกลุ่มเพื่อนและญาติที่ร่วมเดินทางอีกด้วย (Asbollah and Hassan, 2017)

## สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวบ้านนาเวียงใหญ่ อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ความมีเอกลักษณ์ของชนบทรอบริเวณประเพณี/วัฒนธรรมชุมชน/วิถีชีวิตของชุมชน วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการทำหน้ากากผีตาโชนรองลงมา คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกิจกรรมเน้นวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น งานประกวดหน้ากากผีตาโชน กิจกรรมงานประเพณีที่แสดงออกถึงศิลปะพื้นบ้าน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การดูแลความปลอดภัยในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว การดูแลความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยว การค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวบนแพลตฟอร์มออนไลน์ทำได้ง่าย และการเดินทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวส่งผลต่อความคาดหวังการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่เพศ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และอาชีพ ไม่มีผลต่อความคาดหวังการจัดการท่องเที่ยว

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด ควรมีการจัดการและพัฒนาในด้านต่างๆ ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ รักษาและพัฒนาคุณภาพสิ่งดึงดูดใจที่มีอยู่ให้คงความน่าสนใจอยู่เสมอ เช่น ดูแลรักษาความสะอาด จัดระเบียบพื้นที่ให้สวยงาม เพิ่มความรู้และเรื่องราวที่น่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว 2) สำรวจและพัฒนาสิ่งดึงดูดใจใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดทำป้ายข้อมูลประวัติหน้ากากผีตาโชน และเพิ่มเติมรายละเอียดของหน้ากากผีตาโชนที่ได้รับรางวัลจากการเข้าร่วมประกวด หรือนำเสนอในงานต่างๆ 3) ด้านกิจกรรม ควรออกแบบกิจกรรมที่หลากหลาย สนุกสนาน และตอบใจกับความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เช่น กิจกรรมสำหรับครอบครัว กลุ่มเพื่อน และกลุ่มผู้สูงอายุ 4) ด้านกิจกรรม ควรออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน เพื่อสร้างความประทับใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว และ 5) ออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวและประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มผู้สูงอายุ

2. จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับสถานการณ์ปัจจุบันในด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ควรมีการนำผลที่ได้ไปปรับใช้เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการพื้นที่บ้านนาเวียงใหญ่ ดังนี้

ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรเร่งพัฒนา การจัดแสดงแสงไฟ สำหรับหน้ากากผีตาโชนให้มีความทันสมัยและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากนี้ควรสานต่อคุณค่าของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพของสินค้าหัตถกรรมให้มีความหลากหลายและมีข้อมูลที่ชัดเจน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ของที่ระลึกเป็นมากกว่าสินค้า แต่เป็นสัญลักษณ์ของมรดกทางวัฒนธรรม

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรพิจารณาติดตั้งป้ายบอกทางภาษาอังกฤษในจุดสำคัญต่างๆ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ และควรมีการพัฒนาระบบความปลอดภัยของชุมชน อย่างจริงจัง โดยเฉพาะเส้นทางที่นำไปสู่

แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่วัด รวมถึงการตรวจสอบและปรับปรุงป้ายจราจรที่ไม่ชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ควรส่งเสริมและพัฒนา กิจกรรมอาหารท้องถิ่น เช่น การจัดให้มีการสอนทำอาหาร หรือกิจกรรมชิมอาหารประจำถิ่น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเชิงลึกถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าอายุ รายได้ และบุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีผลต่อความคาดหวังในการจัดการท่องเที่ยว จึงควรมีการศึกษาเชิงลึกถึงความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการมากขึ้น และศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน เพื่อวางแผนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. มีการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อทำความเข้าใจถึงความต้องการและประสบการณ์ด้านภาษาและป้ายบอกทางอย่างละเอียด
3. การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การวิเคราะห์รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชนเมื่อมีการปรับปรุงระบบความปลอดภัย

## เอกสารอ้างอิง

- กรแก้ว ผัดผ่อง. (2562). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมบริเวณหาดทรายแก้ว อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, กรุงเทพฯ.
- จารุวรรณ ไปษยานนท์, วาริษฐ์ มัชฌิมบุรุษ, ประกอบศิริ ภักดีพินิจ และ สาธิต เชื้ออยู่ยาวนาน. (2566). พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งโบราณคดีและประวัติศาสตร์บริเวณลุ่มน้ำอิงในจังหวัดพะเยา. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 7(5), 128-145.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: เอส. อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- ณนทชัย มุขดีสุทธรวัฒน์. (2564). ความคาดหวังและการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ (ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ไอลดา โสพรรณ. (2564). แรงจูงใจ ความคาดหวัง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และปัจจัยด้านความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความประทับใจในการมาเยือนจังหวัดลำพูน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- Asbollah, A. Z., and Hassan, N. (2017). The tourist behaviour in different environments: a literature review. *Journal of the Malaysian Institute of Planners*, 15(1), 279-288.
- Daries, N., Marine-Roig, E., Ferrer-Rosell, and Cristobal-Fransi, E. (2021). Do high-quality restaurants act as pull factors to a tourist destination?. *Tourism Analysis*, 26(2-3), 195-210.
- Duang, L. N., Pham, L. H., and Hoang, T. T. P. (2023). Applying push and pull theory to determine domestic visitors' tourism motivations. *Journal of Tourism and Services*, 27(14), 136-160.

- Kanittinsutitong, N., Wang, A.B., Taihaim, N., Somwong, S., Nooring, W., and Inkaew, A. (2022). Guidelines for the Development of Tourism for Tourists with Different Demographic Characteristics in Sichon District, Nakhon Si Thammarat Province, *Linguistics and Culture Review*, 6(S5), 40-55.
- Királová, A. (2021). Local food as a tool of tourism development in regions. *International Journal of Tourism and Hospitality Management in the Digital Age*, 5(1), 54-68.
- Meechaiyo, B., Songsittidate, S., and Settasuwacha, D. (2021). Application of road safety audit technique to develop cultural tourism map in Phitsanulok province. *Industrial Technology and Engineering Pibulsongkram Rajabhat University Journal*, 3(3), 207-226. (In Thai)
- Pattanapokinsakul, K., and Phakdee-auksorn, P. (2015). Analysis of push and pull travel motivation of foreign tourist to local markets: a case study of Phuket, Thailand. *Journal of International and Thai Tourism*, 11(2), 43-63.
- Ünal, A. & Celen, O. (2020). Expectations of Domestic Tourists Before Destination Selection and Their Post-Purchase Evaluations: Igneada Case. *Journal of Management and Economic Studies*, 2(2), 112-128.
- Sortrakul, S., Inthajak, M., Trakansiriwanich, K., and Udomraksasup, P.C. (2024). Local food contexts influencing tourism in Trang province. *Nakkhabut Paritat Journal*, 16(3), 226-238.
- Teerah, A., Wildes, V., and Mistry, T.G. (2020). Antalya's tourist security: A gap analysis of Expectations vs perceptions. *Journal of Global Business*, 5(2), 148-168.
- Uphariputtangkul, K. and Suveatawatanakul, C. (2023). Components of tourism that affect the Decision to travel with strangers. a case study of a Korean fan club. *Journal of International and Thai Tourism*, 19(2), 93-116. (In Thai)
- Wan, Y. K. P. (2022). Accessibility of tourist signage at heritage sites: an application of the universal design principles. *Tourism Recreation Research*, <https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2106099>
- Zaal, M. H. and Ramezanzadeh Lasbooyee, M. (2023). Gap analysis between expectations and current status of handicrafts production and sales with cultural heritage tourism approach the case study A Amol County. *Journal of Urban Tourism*, 10(3), 89-110.

# การสร้างสรรคเรื่องเล่าเพื่อสื่อสารอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและ การท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง

## Storytelling Creation to Communicate Identity of Chinese Ethnic Food to Promote the Community Economy and Tourism Links, Nakhon Si Thammarat Province and Trang Province

เมธาวี จำเนียร<sup>1\*</sup> ตมิสา ทิพยยะ<sup>2</sup> จุรีภรณ์ นวนมุสิก<sup>3</sup>

Methawee Chamnian<sup>1\*</sup> Tamisa Tippaya<sup>2</sup> Jureporn Nuanmusik<sup>3</sup>

Corresponding Author's Email: methawee\_kae@nstru.a.c.th

(Received: March 3, 2025; Revised: September 25, 2025; Accepted: September 29, 2025)

### บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง และ 2) เพื่อสร้างสรรคเรื่องเล่าอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนและประชาชนจำนวน 20 คน และผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีนจำนวน 7 คน จาก 8 ร้านอาหารอัตลักษณ์ โดยจำแนกเป็นอาหารคาวและหวาน ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดตรัง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง อำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราชและอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นร้านอาหารเดียวที่มีทั้งอาหารคาวและหวาน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบบันทึกผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และแบบบันทึกผลการสังเกตการณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลรวบรวมจากการลงพื้นที่ภาคสนาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถอดรหัส (Coding analysis) จากประเด็นคำถามที่กำหนดไว้ แล้วพิจารณาความสอดคล้องและสรุปเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์ ผลการวิจัย พบว่า 1) ชาวจีนจำนวนมากเข้ามาเมืองไทยเพื่อการแสวงโชค โดยชาวจีนเข้ามา ณ จังหวัดตรังในสมัยรัชกาลที่ 3 และโดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ 5 มาใช้แรงงานทำรางรถไฟสายตรังและตั้งรกรากอยู่ต่อ นอกจากนี้ ชาวจีนยังมาทำเหมืองดีบุก ณ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง และทำสวนยางพาราในอำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช ชาวจีนจึงตั้งรกรากตามพื้นที่ที่รถไฟแล่นผ่านเช่นเดียวกับที่อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ทำให้มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมทั้งกับชาวจีนต่างชาติพันธุ์และกับคนไทยในท้องถิ่น รวมถึงบริบทที่มาอาหารชนชาติจีน ที่ชาวจีนนำมาผสมผสานกับวัฒนธรรมทางอาหารของประเทศไทยในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีผลต่ออัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนทั้งที่มีความเหมือนและความต่างของเมนูและความเชื่อเกี่ยวกับอาหาร เช่น หมูย่างนึ่งในจังหวัดตรัง และชาหมูต้มหรือตุ๋นในจังหวัดนครศรีธรรมราช หรือการรับประทานเส้นหมี่หน้าเหลียวในวันเผาศพ ในจังหวัดตรัง และการไม่นิยมรับประทานเมนูที่เป็นเส้นในวันเผาศพของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้นอย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะมีการปรับเปลี่ยน ดัดแปลง และผสมกลมกลืนของอาหารชนชาติจีนแต่ละชนชาติและอาหารไทย หากแต่ยังสะท้อนชาติพันธุ์ ความเชื่อ ภูมิศาสตร์ที่มา ประเพณีและอาชีพของชาวจีนแต่ละชาติพันธุ์ 2) การสร้างสรรคเรื่องเล่าอาหารชนชาติจีนภายใต้การวิจัย ทำให้ได้ชุดข้อมูลตั้งต้นของแต่ละร้านอาหารชนชาติจีน ซึ่งประกอบด้วยระยะเวลาการเปิดร้าน เมนูที่เป็นอัตลักษณ์ กรรมวิธี วิธีการนำเสนออาหารและประโยชน์ของอาหาร คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์กลยุทธ์การสร้างสรรคเนื้อหาโดยการเล่าเรื่องมุ่งเน้นอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละร้าน ภูมิปัญญาและคุณค่าจากอาหารชนชาติจีน กลยุทธ์การเล่าเรื่องด้วย อัตลักษณ์ความเป็นจีน และกลยุทธ์การเล่าเรื่องเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์เชิงพื้นที่และการท่องเที่ยว

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

<sup>1</sup> Lecturer, Department of Communication Arts, Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

<sup>2</sup> Lecturer, Department of Visual Communication Design, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

<sup>3</sup> Lecturer, Department of Public Health, Faculty of Science, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

**คำสำคัญ:** เรื่องเล่า อาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีน เศรษฐกิจชุมชน การท่องเที่ยว

### Abstract

This research aims: 1) to study the context, origin and identity of Chinese ethnic food along the link connecting Nakhon Si Thammarat and Trang provinces; and 2) to create a story of Chinese ethnic food identity to promote the community economy and tourism links, Nakhon Si Thammarat Province and Trang Province. This research is a qualitative research using interviews with key informants, namely 20 government/private sector agencies and community scholars, and 7 entrepreneurs of Chinese restaurants from 8 identity foods. It is divided into savory and sweet dishes in the areas of Mueang District, Trang Province, Huai Yot District, Trang Province, Na Bon District, Nakhon Si Thammarat Province, and Thung Song District, Nakhon Si Thammarat Province. In Thung Song District, Nakhon Si Thammarat Province, it is the only restaurant that has both savory and sweet dishes. Data collection tools included data recording forms, semi-structured interview forms, and observation recording forms. Data were collected from field visits. and analyze the data by decoding (coding analysis) from the specified questions which consider the consistency and summarizing the issues according to the objectives. The research results found that: 1) the context of the origin of Chinese food, many Chinese people came to Thailand to seek their fortune. It was found that the Chinese came to Trang Province during the reign of King Rama III and especially during the reign of King Rama V to work as laborers on the Trang railway line and then settled there. In addition, Chinese people also came to mine tin in Huai Yot District, Trang Province, and cultivate rubber plantations in Na Bon District, Nakhon Si Thammarat Province. Chinese people therefore settled along the railway's route as in Thung Song District, Nakhon Si Thammarat Province. There is a cultural fusion between ethnic Chinese and local Thai people, including the context of the origin of Chinese food. The Chinese have blended it with the food culture of Thailand in each region, which has affected the identity of Chinese food, both in terms of similarities and differences in menus and beliefs about food; for example, grilled pork is popular in Trang Province, and boiled or stewed pork legs are popular in Nakhon Si Thammarat Province. Alternatively, eating vermicelli noodles on cremation day in Trang Province, and not eating noodles on cremation day in Nakhon Si Thammarat Province, etc. However, there have been changes, adaptations and a blend of Chinese food from different ethnic groups and Thai food, but it also reflects ethnicity, beliefs, geography of origin, traditions and occupations of each ethnic Chinese people; 2) The creation of Chinese food stories under research resulted in the initial data set for each Chinese restaurant, which included the opening period, the signature menu, the methods, the presentation methods and the benefits of the food. The researchers synthesized content creation strategies by telling stories that focused on each restaurant's unique food, wisdom, and value from Chinese national cuisine, storytelling strategies with Chinese identity and storytelling strategies linked to spatial identity and tourism.

**Keywords:** story telling, Chinese identity food, community economy, tourism

## ความเป็นมาของปัญหา

จากการศึกษายุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2561) ได้ให้ความสำคัญด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติบนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ การต่อยอด การปรับปัจจุบัน และการสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต กล่าวคือ เป็นการ “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่เราทราบดีทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ในการวิจัยครั้งนี้จึงได้นำประเด็นอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนที่มีอยู่เดิมในเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง มาศึกษาข้อมูลองค์ความรู้ สร้างสรรค์เรื่องเล่าสู่การสร้างคุณค่าใหม่ ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน การตลาดการท่องเที่ยว ตลอดจนเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการเพื่อยกระดับรายได้

ทั้งนี้ จากการศึกษาอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีน พบว่า อาหารชนชาติจีนเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า มีตำนานความเป็นมาและเกร็ดความรู้ต่างๆ ที่น่าสนใจ เพราะจีนถือว่าการกินเป็นเรื่องใหญ่และมีความพิถีพิถันในการทำอาหารมาก อาหารไม่เพียงมีความสำคัญแค่ความอร่อยเท่านั้น ยังต้องให้คุณค่า เป็นยาบำรุงรักษาสุขภาพอนามัยอีกด้วย ดังนั้น เรื่องเกี่ยวกับอาหารการกินของจีนจึงเป็นเรื่องที่เล่าสู่กันได้เกือบทุกเรื่อง (จวจินทร สิมธราแก้ว, 2550) สอดคล้องกับที่ Lan Long Jun (2559 อ้างถึงใน Zhao, 2021) ได้กล่าวถึงอาหารชนชาติจีนในสังคมไทยว่า ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน มีชาวจีนจำนวนมากอพยพมาตั้งถิ่นฐานทั่วทุกภาคของประเทศไทย ในขณะที่พวกเขาจีนอพยพมาก็นำวัฒนธรรมการกินอาหารของตนเข้ามาด้วย อาหารชนชาติจีนในสังคมไทยเป็นอาหารที่เน้นความสดใหม่ของวัตถุดิบในการปรุงอาหาร เป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ทำให้อาหารชนชาติจีนได้แทรกซึมในวิถีชีวิตของชาวไทยและแพร่หลายในไทยเป็นอย่างมาก สำหรับในพื้นที่จังหวัดรอยต่ออำเภอนาบอน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช และอำเภอห้วยยอด และอำเภอเมือง จังหวัดตรัง มีการเคลื่อนย้ายถิ่นฐานของคนจีนที่มีความผูกพันกับประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งเกี่ยวพันกับการคมนาคมที่สะดวกผ่านทางรถไฟ นโยบายของชาติไทยที่เปิดโอกาสให้เข้ามาตั้งรกรากของคนจีน ซึ่งคนจีนที่อพยพเข้ามาก็ได้นำวัฒนธรรมอาหารชนชาติจีนเข้ามาเผยแพร่ด้วย

โดยทั่วไป อาหารชนชาติจีนของทั้งสองจังหวัดมีความคล้ายคลึงกัน หากแต่อาหารจีนของแต่ละชนชาติมีรายละเอียดของวัตถุดิบ กรรมวิธีการทำที่ส่งผลต่อรูปลักษณะและรสชาติแตกต่างกัน อาหารชนชาติจีนจึงมีความสำคัญทั้งในชีวิตประจำวันที่มีการปรับประยุกต์ให้เข้ากับบริบทในแต่ละพื้นที่ และในโอกาสพิเศษในวันหรือเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อของชาวจีน ดังนั้น สถานการณ์ของร้านอาหารชนชาติจีนจะเชื่อมโยงกับเทศกาลความเชื่อของจีน โดยยอดจำหน่ายจะสูงในช่วงดังกล่าว และต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาวะเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ปัญหาสำคัญของการส่งเสริมอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนประเด็นหนึ่งคือ ผู้ประกอบการอาหารชนชาติจีน ไม่สามารถอธิบายที่มาและความหมายของอาหารชนชาติจีนได้ นั่นหมายถึง การขาดเรื่องราว (Story) ที่น่าสนใจ ที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับชนชาติจีนที่มีพื้นที่เชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง ซึ่งจากการค้นหาข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้านด้านอาหาร ผู้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว ทำให้ได้ข้อมูลว่า มีการเคลื่อนย้าย แลกเปลี่ยน และเชื่อมโยงวัฒนธรรมอาหารของชนชาติจีนกันในพื้นที่สองจังหวัดที่น่าสนใจ อาหารชนชาติจีนมีความคล้ายคลึงกัน แต่มีความแตกต่างกันตรงรายละเอียดวิธีทำซึ่งส่งผลต่อรูปลักษณะและรสชาติที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ อาหารชนชาติจีน ซึ่งในที่นี้ หมายถึง อาหารของคนจีนในประเทศจีนที่อพยพเข้ามาตั้งจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรังและยังคงรักษาอัตลักษณ์ชนชาติไว้ นับว่ามีความสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง โดยเฉพาะอำเภอเมืองและอำเภอห้วยยอด เชื่อมโยงเส้นทางมาจังหวัดนครศรีธรรมราช ในอำเภอนาบอนและอำเภอทุ่งสง เพราะในสองจังหวัดคืออำเภอดังกล่าว มีแหล่งชุมชนคนชนชาติจีนอาศัยอยู่อย่างชัดเจน ดังนั้น จึงมีเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงกับอาหารชนชาติจีนเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคได้

เพื่อให้อาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนเป็นที่น่าสนใจมากขึ้น สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวในระดับมหภาค จึงควรมีการสร้างสรรค์เรื่องเล่า ดังที่ อรช กระแสอินทร์ นภาวดี โจรจนธรรม และ พรพวีร์ ดิษฐคำแจ้ง (2565) ได้ศึกษาพบว่า บทบาทของอาหารและขนมในกิจกรรมการท่องเที่ยว นั่นคือการเป็นของฝาก ควรให้ความสำคัญกับ

ผลิตภัณฑ์อาหารของฝาก (Food souvenirs) ที่สร้างความทรงจำให้ระลึกถึงและต้องการกลับมาอีก และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเพื่อเป็นของฝากของที่ระลึก

การวิจัยเรื่องสร้างสรรค์เรื่องเล่าเพื่อสื่อสารอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีน เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง จึงจะช่วยยกระดับอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนผ่านการเล่าเรื่องให้สามารถส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนและการท่องเที่ยวของทั้งสองจังหวัดได้ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตรัง
2. เพื่อสร้างสรรค์เรื่องเล่าอาหารชนชาติจีนส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. ประเภทของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ

#### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนและปราชญ์ชุมชน และผู้ประกอบการชุมชน/ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารชนชาติจีน ใน 4 พื้นที่ประกอบด้วย อำเภอเมือง จังหวัดตรัง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง อำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช และอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้ให้ข้อมูลคือ หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนและปราชญ์ชุมชน จำนวน 20 คน และผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีนจำนวน 7 คน จากทั้งหมด 8 ชนิดอาหารอัตลักษณ์ แยกเป็นอาหารคาว 4 ชนิดอาหาร และอาหารหวาน 4 ชนิดอาหาร ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดตรัง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง อำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราชและอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยในอำเภอทุ่งสงเป็นร้านอาหารเดียวที่มีทั้งอาหารคาวและหวาน โดยใช้เกณฑ์การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลร้านอาหารชนชาติจีนดังกล่าว ได้แก่ ร้านอาหารชนชาติจีนประจำถิ่นยังคงเปิดดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ร้านมีการปรับตัวเข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ ใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสาร และร้านมีความพร้อมและมีความเต็มใจเข้าร่วมการวิจัย

#### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน คณะผู้วิจัยใช้แบบบันทึกผลการวิเคราะห์ข้อมูล รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การใช้แบบสัมภาษณ์สัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนและปราชญ์ชุมชนที่มีความรู้บริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน จำนวน 20 คน และการใช้แบบสัมภาษณ์สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีน จำนวน 7 ผู้ประกอบการ โดยแบบสัมภาษณ์มีลักษณะเป็นแบบกึ่งโครงสร้าง จำแนกเป็น 3 ตอนได้แก่ ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป ตอนที่ 2 ข้อมูลบริบทที่มาเชิงประวัติศาสตร์และอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน ตอนที่ 3 ความคิดเห็นอื่นๆ รวมทั้งยังใช้แบบบันทึกข้อมูลการสังเกตการณ์พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารชนชาติจีนของนักท่องเที่ยวร่วมด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างสรรค์เรื่องเล่า คณะผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างผู้ประกอบการเพื่อสอบถามความต้องการเรื่องเล่าของผู้ประกอบการ จากนั้นจะร่วมกันสร้างสรรค์เรื่องเล่าร่วมกับผู้ประกอบการ โดยใช้แบบบันทึกผลการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เรื่องเล่าร่วมกับผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลจะมีการประเมินเครื่องมือวิจัยโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์/นิเทศศิลป์ การตลาด และการท่องเที่ยว และจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา พิจารณาความเชื่อมโยง สอดคล้อง ความเป็นเหตุเป็น ผลกัน เพื่อตอบคำถามในแต่ละวัตถุประสงค์การวิจัย

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล ในแต่ละขั้นตอนการวิจัยมีวิธีการรวบรวมข้อมูลจากการใช้เครื่องมือการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน คณะผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนและประชาชนจำนวน 20 คน และผู้ประกอบการ จำนวน 7 ร้านอาหารอัตลักษณ์จีน รวมถึงรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารชนชาติจีนของนักท่องเที่ยวร่วมด้วย คณะผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลโดย ลงพื้นที่ 2 จังหวัด จังหวัดละ 5 ครั้ง นัดหมายผู้ให้ข้อมูลที่มีความรู้เกี่ยวกับบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างสรรค์เรื่องเล่า คณะผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เรื่องเล่าร่วมกับผู้ประกอบการ คณะผู้วิจัยลงพื้นที่ ร้านละ 2 ครั้ง โดยทั้ง 7 ร้านจะมีผู้ประกอบการให้ข้อมูล 1 คน

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลในเชิงคุณภาพทั้ง 2 วัตถุประสงค์การวิจัย คณะผู้วิจัยจะวิเคราะห์เนื้อหาแบบ coding analysis ตามข้อคำถามที่กำหนดไว้ จากนั้น พิจารณา ความสอดคล้อง ความเหมือนและความแตกต่างของข้อมูลที่ได้ เพื่อเปรียบเทียบ สรุปผล และนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะการพรรณนาความ

### ผลการวิจัย

#### 1. บริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง

บริบทที่มาของอาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง

จากการเข้ามาของชนชาติจีน ณ จังหวัดตรัง ที่มีหลักฐานตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 และอาจมีการเดินทางต่อมาไปยังจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่มีการสร้างรางรถไฟ และเหมืองแร่ดีบุกกำลังเฟื่องฟู ประกอบกับการเดินทางของชนชาติจีนจากมาเลเซียมาจับจองที่ดินยังพื้นที่อำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช ทำให้มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมทั้งกับคนจีนต่างชาติพันธุ์ และกับคนไทยในท้องถิ่น ทำให้ใน 4 พื้นที่ ทั้งในอำเภอเมือง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง และอำเภอนาบอน และอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัฒนธรรมจีนปรากฏคล้ายคลึงกัน ทั้งประเพณี ความเชื่อ ภูมิปัญญา โดยเฉพาะภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ด้านอาหารชนชาติจีน

อัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง

จากการลงพื้นที่ของทั้ง 4 พื้นที่ พบว่า อัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนในแต่ละพื้นที่มีความคล้ายคลึงกัน โดยเมนูอาหารที่โดดเด่นในพื้นที่จังหวัดเดียวกันจะมีความคล้ายคลึงกัน โดยอาหารชนชาติจีนในอำเภอเมือง และอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรังจะมีความใกล้เคียงกันได้แก่ เกาหยุก และหมี่หน้าเหลียวหรือไหลวหมี ในขณะที่ในอำเภอนาบอนและอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีเมนูที่ใกล้เคียงกัน คือ ซาหุม ซึ่งในอำเภอเมืองและอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ซาหุมไม่ได้เป็นอาหารเด่น แต่กลับเป็นหมูย่างที่มีความโดดเด่นแทน

อย่างไรก็ตาม ในพื้นที่ที่เชื่อมโยงกันและตั้งอยู่คนละจังหวัด ก็มีความคล้ายคลึงกันเช่นกัน ชุมชนชาวจีนฮกจิว นาบอนกับชาวจีนฮกเกี้ยน จังหวัดตรัง มีวัฒนธรรมการไหว้หมูย่างในพิธีศพ ซึ่งอาจเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากตรังมาแก่ชุมชนชาวจีนฮกจิว นาบอน ในการประกอบพิธีไหว้หมูย่าง ลูกหลานและญาติใกล้ชิดของผู้ตายเป็นผู้นำหมูย่างมาเคารพศพ และเข้าไปไหว้เคารพผู้ตายเป็นครั้งสุดท้าย ตามลำดับใกล้ชิดของความสัมพันธ์เครือญาติ หมูย่างผ่านพิธีแล้ว จะส่งเข้าห้องครัวและผ่าส่วนกลางลำตัวออกมาเลี้ยงผู้มาร่วมงานร่วมกับอาหารโต๊ะจีน จัดเลี้ยงเป็นมื้อใหญ่ เนื่องจากเป็นงานวันสุดท้าย สำหรับไหว้หมู

และบันทึยหมาย คินให้เจ้าของหมูย่างนำกลับไป (ปิยชาติ สิงดี และสิริธร ถาวรวงศา, 2561) ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจังหวัดตรัง จะพบว่า หมูย่างยังใช้ในงานมงคลต่างๆ เช่น งานแต่งงาน การไหว้บนบานศาลเจ้า ฯลฯ และในงานศพยังพบว่า จำนวนหมูย่างจะเป็นตัวบ่งบอกฐานะของเจ้าของงาน และในงานศพจะเอาหางหมูย่างออก เหมือนจะให้อูรู้ว่าทำแบบนี้เฉพาะงานศพ ซึ่งเป็นความเชื่อ หากเป็นงานแต่งงานมีทั้งหัวมีทั้งหาง คือต้องการจะสื่อความว่า จะทำการสิ่งใด จะทำให้ได้ครบตามความประสงค์

“หมูย่างในงานมงคลก็คืองานแต่งงาน ก็จะมีการไหว้หมูย่าง แล้วงานแต่งงานกับงานศพมันจะมีความเชื่อต่างกันอยู่นิดหนึ่ง ก็คือถ้าเป็นงานแต่งงานมีทั้งหัวมีทั้งหาง คือทำการสิ่งใดทำให้ครบอย่างนั้น แต่ถ้าเป็นงานศพจะเอาหางออก เหมือนจะให้อูรู้ว่านี่เฉพาะงานศพ ก็เป็นความเชื่อ” (ผู้ให้ข้อมูล 1)

นอกจากนี้ ในงานศพของจังหวัดตรัง ในวันเผาศพก็จะมีหมี่หน้าเหลืองแจกแขกที่มาร่วมงาน เช่นเดียวกับในอำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งจะมีหมี่เหลืองนาบอนซึ่งมีความเชื่อเกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่ตึงระหว่างเจ้าภาพและแขกที่มาร่วมงาน และเป็นการอวยพรให้ลูกหลานอายุยืนยาว ซึ่งมีความแตกต่างกับงานศพในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ไม่นิยมมีอาหารลักษณะเส้นในงานศพเพราะมีความเชื่อว่า เส้นหมี่ คือความผูกพันระหว่างญาติและผู้เสียชีวิต ทำให้ผู้เสียชีวิตไม่ไปสู่สุคติ

“งานศพก็จะมีหมี่หน้าเหลือง สูตรไม่แตกต่างกัน แต่ด้วยความเชื่อความเชื่อเดียว เส้นหมี่มันมีความยืดยาว มีความสัมพันธ์ที่ยืดยาวที่มีให้กันระหว่างเจ้าภาพและแขก เส้นหมี่ยังไม่ขาดตอน ไม่มีการสับเส้นหมี่นั้นแหละ ก็คือสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน” (ผู้ให้ข้อมูล 2)

ในส่วนของอาหารหวานประเภทขนม ในพื้นที่ 4 พื้นที่เชื่อมโยงจะมีขนมที่คล้ายคลึงกัน คือ ขนมจีบสังขยาหรือพัฟสังขยา เต้าส้อ ซาลาเปา เป็นต้น ในขณะที่ขนมเค้กจะนิยมจำหน่ายและได้รับความนิยมเฉพาะในจังหวัดตรังเท่านั้น

นอกจากนี้ จากการเข้ามาของคนชนชาติจีน ทำให้มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมทั้งกับคนจีนต่างชาติพันธุ์ และกับคนไทยในท้องถิ่น ทำให้ใน 4 พื้นที่ ทั้งในอำเภอมือง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง และอำเภอนาบอน และอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัฒนธรรมจีนปรากฏคล้ายคลึงกัน แต่ก็สามารถสะท้อนความเป็นชาติพันธุ์ผ่านรูปลักษณ์และการนำอาหารไปใช้ในโอกาสต่างๆ ดังนี้

1) สะท้อนชาติพันธุ์ สะท้อนความเชื่อ เช่น จีนไหหลำ มีเมนูพะตุน เพราะนับถือเจ้าแม่ทับทิม ต้องฆ่าพะตุนบูชา วันวันเกิดเจ้าแม่ทับทิม เป็นต้น

2) สะท้อนจากประเพณี เช่น งานศพของจีนฮกเกี้ยน เวลาเผาศพจะเลี้ยงหมี่หน้าเหลืองแจกแขกในงาน ในขณะที่จีนแต้จิ๋วจะเลี้ยงหมี่เดียว เป็นต้น

3) สะท้อนภูมิศาสตร์ที่มา เช่น ไหลำเป็นทะเล มีภัยธรรมชาติเป็นประจำ อาหารจึงไม่ค่อยประดิดประดอย สวยงามมากนัก ในขณะที่จีนกวางตุ้ง พื้นที่ไม่อยู่ท่ามกลางภัยธรรมชาติ จึงสามารถประดิษฐ์ประดอยอาหารได้

4) สะท้อนภาษา เช่น จีนกวางตุ้งเรียกหมี่หน้าเหลือง จีนฮกเกี้ยนเรียก หน้าล่อ ในขณะที่จีนแต้จิ๋วเรียกโหลวหมี่ เป็นต้น

5) สะท้อนอาชีพ เช่น จีนไหหลำ มักจะประกอบอาชีพ ร้านทอง ร้านอาหาร มักไม่ค่อยมีเวลาทำอาหาร อาหารที่ทำไม่ค่อยประดิดประดอยมากนัก จีนกวางตุ้ง จะชอบประดิดประดอยอาหาร สามารถดัดแปลงอาหารมาเป็นของตนเอง จีนแต้จิ๋วทำมาค้าขายเป็นหลัก อาหารเลยทำงานง่าย ๆ เช่น ข้าวต้ม โจ๊ก ฯลฯ เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้มีบทบาทสำคัญในการสืบทอดอาหารชนชาติจีนให้เป็นที่รู้จัก ได้แก่ ร้านอาหาร ซึ่งเป็นผู้ยังคงอนุรักษ์ สืบสาน ในขณะเดียวกันก็ปรับประยุกต์ให้อาหารจีนเข้ากับอาหารพื้นถิ่น เข้ากับรสชาติที่ถูกปากของคนในพื้นที่ โดยการใช่วัตถุดิบในพื้นที่เป็นหลัก แต่ยังคงอนุรักษ์สืบสานสูตรที่ได้รับการถ่ายทอดมา และศาลเจ้า โดยจะมีจุ๋งเป้าหรือพ่อครัวแม่ครัว มีส่วนสำคัญในการสืบสานอาหารจีน ร้านอาหารบางร้านจะมาจากจุ๋งเป้าของศาลเจ้า เช่น ที่ร้านสีฟ้าไลฟ์สไตล์ฟู้ด อำเภอมือง จังหวัดตรัง เป็นต้น

## 2. การสร้างสรรค์เรื่องเล่าอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยง จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตรัง

ในงานวิจัย มีการสร้างสรรค์เรื่องเล่าทั้งสิ้น 7 ผลงานร่วมกับผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีน โดยได้ดำเนินการวิจัยโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อให้ได้ข้อมูลนำมาสร้างสรรค์เรื่องเล่า ทั้งนี้ ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นข้อมูลสำคัญในการนำไปต่อยอดในการเล่าเรื่องผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ได้ผลดังนี้

### ตารางที่ 1 การสร้างสรรค์เรื่องเล่าโดยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการอำเภอเมือง จังหวัดตรัง

ผู้ประกอบการ	ข้อมูลเรื่องเล่า
ร้านสีฟ้าไลฟ์สไตล์ฟู้ด	ปี 2544 -2545 สีฟ้าไลฟ์สไตล์ฟู้ดเกิดขึ้น นำเสนอเมนูอาหารพื้นบ้าน อาหารพื้นถิ่น ที่มาจากรอบครัว สมัยกึ่งทำหมี่หน้าเหลียว เคาหยก แกงเครื่องจ๋า นำเอามาผสมผสานให้เป็นสีฟ้าไลฟ์สไตล์ฟู้ด นอกจากนี้ ยังมีอาหารพื้นบ้านอีกก็ได้ แกงเผ็ด แกงไตปลา ยำ สารพัดเมนู
ร้านย่งเซ็ง	สืบทอดสู่ทายาทรุ่นที่ 2 กับการรักษากรรมวิธีการผลิตดั้งเดิมกว่า 50 ปี ยังคงใช้วัตถุดิบและกระบวนการผลิตตามสูตรดั้งเดิม เต้าส้อเค็มพริกไทย ขนมหอกลักษณะทำจากพริกไทยปะเหลียน ขนมหื่นๆ ล้วนมีความหมายแฝงความเชื่อ ใช้ในงานมงคล งานเทศกาล ตรุษจีน ไหว้พระจันทร์



ภาพที่ 1 เคาหยกของร้านสีฟ้าไลฟ์สไตล์ฟู้ด



ภาพที่ 2 ขนมหอกเค็มของร้านย่งเซ็ง

### ตารางที่ 2 การสร้างสรรค์เรื่องเล่าโดยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ผู้ประกอบการ	ข้อมูลเรื่องเล่า
ร้านจินดำ	“เป็นลักษณะของจีนเขา มาจีนทะเล ปรึบประยุกตให้เข้ากับพื้นที่” หมี่หน้าเหลียว ประกอบด้วย เส้นเหลียงหมี่ หมู กุ้งแห้ง กระหล่ำปลี ข้าวผัดสไตล์จีน หมูทอดจินดำ หรือหมูทอดฮากกา หมักกับเต้าหู้ยี้ เคาหยก ใช้หมูสามชั้นมาหนึ่งกับเผือก พร้อมการเสิร์ฟแบบดั้งเดิมคือแบบ ไข่แบบคว่ำถ้วย
ร้านกั้งลั้ง	ขนมพองเค็มตำนานกว่า 100 ปี กั้งลั้ง จีนแคะมาจากชัวเถา โฮมเมตทุกขั้นตอน ข้าวเหนียวตาก ทอดลอยพอง ไม่เหนียว ไม่แข็ง หอมหอมเจียว ทานเพลิน ไม่ติดฟัน กับ 4 รสชาติคุณค่าจากข้าว ข้าวเหนียว ข้าวเมาเป็น ข้าวไรท์เบอร์รี่ และข้าวเบายอดม่วง



ภาพที่ 3 เมนูอาหารอัตลักษณ์ของร้านจินดำ



ภาพที่ 4 ขนมพองเค็มของร้านกั้งลั้ง

## ตารางที่ 3 การสร้างสรรค์เรื่องเล่าโดยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการอำเภอนาบอน จังหวัดตรัง

ผู้ประกอบการ	ข้อมูลเรื่องเล่า
ร้านอาหารบัวแก้ว	หมีเหลืองนาบอน เส้นหมี่นุ่มเหลืองเป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งสารพัดเมนู ทั้งขาหมูนาบอน ไช้แปดเขียน บางเมนูใส่กากเหล้าจีนที่ไม่มีที่ใดเหมือน เช่น หมูยอผัดกากเหล้า หมี่ซั่วไก่กากเหล้า เมนูที่อุดมไปด้วยสมุนไพร ไม่ว่าจะเป็นเหล้าจีน กากเหล้าจีน ซิง เหมาะสำหรับการบำรุงน้ำนมคุณแม่ที่เพิ่งคลอดบุตร
ขนมจีบแม่เกสร	ขนมจีบแม่เกสร สูตรจากจีนไหหลำโกเฮง กว่า 100 ปี สูตรไข่ล้วน น้ำตาลล้วน แตกต่างมีเอกลักษณ์ตรงแป้งบาง ใ้หวานน้อย ใ้เหมาะเจาะพอดีกับเนื้อแป้ง



ภาพที่ 5 เมนูอาหารอัตลักษณ์ของร้านบัวแก้ว



ภาพที่ 6 ขนมจีบสังขยาของร้านแม่เกสร

## ตารางที่ 4 การสร้างสรรค์เรื่องเล่าโดยการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผู้ประกอบการ	ข้อมูลเรื่องเล่า
ภัตตาคารบุญญา-ร้านสุขใจ	ร้านสุขใจ ภัตตาคารบุญญา อาหารชนชาติจีนสูตรไหหลำที่สืบทอดกันมากกว่า 60 ปี เคี้ยวตุ๋นจนเครื่องเทศเข้าที่ตามสูตรโบราณดั้งเดิม ขาหมู สตูลิ้นหมู สตีกหมูสับไหหลำ กระเพาะปลา แส่กิ้น แกงกะหรี่ อนุรักษ์สืบทอดอาหารดั้งเดิม พื้นบ้าน อาหารชนชาติจีน มาประยุกต์ผสมผสานอาหารไทย อาหารฝรั่ง ครบถ้วน สังขยาสูตรจีน คาราเมลและน้ำตาลมะพร้าว เคี้ยวเนื้อเนียน หวานกำลังดี รับประทานกับขนมปัง โยเมตนุ่มเนียนที่มีมากกว่า 10 ปี



ภาพที่ 7 ขาหมูของภัตตาคารบุญญา-ร้านสุขใจ



ภาพที่ 8 สังขยาของภัตตาคารบุญญา-ร้านสุขใจ

จะเห็นได้ว่า ในเรื่องเล่าที่ผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีนและคณะผู้วิจัยร่วมกันสร้างสรรค์ จะบ่งบอกความเป็นมา ระยะเวลาการก่อตั้งร้าน เมนูที่โดดเด่นของทางร้าน ที่ผ่านมามีการเลือกสรรวัตถุดิบและกรรมวิธีการทำที่มีเทคนิค พิถีพิถัน เป็นเอกลักษณ์ วิธีการนำเสนออาหารสู่มือผู้บริโภค รวมถึงประโยชน์จากการรับประทานอาหาร ทั้งที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายและใช้ในเทศกาลต่างๆ ของชาวจีน

จากข้อมูลเรื่องเล่าในตารางที่ 1-4 คณะผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อมูลเล่าเรื่องอาหาร โดยมีกลยุทธ์การเล่าเรื่อง ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยง จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตรังในรูปแบบต่างๆ ซึ่งมาจากการสังเคราะห์ร่วมกับแนวคิดด้านการตลาด การสื่อสารและการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

1) กลยุทธ์การสร้างสรรคเนื้อหาโดยการเล่าเรื่องมุ่งเน้นอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาและคุณค่าจากอาหารชนชาติจีนของแต่ละร้าน

คุณค่าที่นำเสนอ (Value propositions) ควรเป็นคุณค่าที่ธุรกิจอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนส่งมอบให้กับลูกค้า จะเน้นในเรื่องของการเป็นอาหารชนชาติจีนแบบดั้งเดิมที่ยังคงรักษารสชาติและวิธีการทำตามประเพณี และวัฒนธรรมจีนผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง เป็นอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพ และสูตรอาหารที่สืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น มีการผสมผสานอาหารชนชาติจีนกับอาหารชาติอื่นเพื่อเพิ่มความหลากหลายและเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า การพัฒนาอาหารเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าแต่ละราย เช่น อาหารปิ่นโต อาหารกล่อง สำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวก เป็นต้น รวมถึงการนำเสนออาหารแก่ลูกค้าที่มีคุณภาพได้รับการรับรองมาตรฐาน และเป็นอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของทางร้านที่ทางร้านอื่นๆ ไม่มี เช่น ร้านอาหารบัวแก้ว มีภาชนะเสิร์ฟทำอาหาร เพื่อบำรุงน้ำนมให้แก่สตรีให้นมบุตร เป็นต้น

2) กลยุทธ์การเล่าเรื่องด้วยอัตลักษณ์ความเป็นจีน

ในการเล่าเรื่องผ่านสื่อ คณะผู้วิจัยจะนำเรื่องเล่าที่ได้ไปเล่าเรื่องทั้งผ่านบรรจุภัณฑ์อาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนและสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อคลิป วิดีโอ สื่อภาพนิ่ง สื่อกราฟิก ที่จะเกิดขึ้นต่อไป โดยจะออกแบบโดยเน้นการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นจีน ได้แก่ โทนสีแดง สีทอง และสีขาว กราฟิกที่ใช้เป็น สัญลักษณ์ของอาหารชนชาติจีน เช่น เส้นบะหมี่ ขนมหั้วหรือพัฟ เป็นต้น

3) กลยุทธ์การเล่าเรื่องเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์เชิงพื้นที่และการท่องเที่ยว

การเล่าเรื่องอาหารเอกลักษณ์ชนชาติจีนจากข้อมูลจากการวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจะได้นำไปเล่าเรื่องเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยในแต่ละพื้นที่จะมีเทศกาล งานประเพณีที่เกี่ยวกับชนชาติจีน เช่น ประเพณีตรุษจีน ประเพณีกินเจ เป็นต้น นอกจากนี้ จะมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอาหารการกิน โดยเฉพาะที่จังหวัดตรัง เช่น งานยุทธจักรการกิน งานหอการค้าจังหวัดตรัง ฯลฯ ที่อำเภอห้วยยอด เป็นเมืองเหมืองแร่ดีบุกสำคัญของภาคใต้ในอดีต มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมไทย-จีน-ฝรั่ง ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จัดให้มีกิจกรรมย้อนวันวานเมืองเก่า โดยมีเครือข่ายรักษ์เมืองเก่า เป็นผู้สนับสนุนหลัก ที่อำเภอนาบอน เล่าเรื่องโดยแสดงให้เห็นถึงคนจีนเชื้อสายฮกจิวที่มีมากที่สุดในประเทศ และอำเภอทุ่งสงเชื่อมโยงกับการเป็นเมืองชุมทาง และศาลเจ้าข้าปอกง สถานที่สำคัญทางศาสนาและสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นของอำเภอทุ่งสง

## อภิปรายผล

1. การศึกษาบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง

ผลการวิจัยพบว่า จากหลักฐานพบว่า คนชนชาติจีนเดินทางมาตั้งถิ่นฐาน ณ จังหวัดตรัง ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 และอาจมีการเดินทางต่อมายังจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ 5 ที่มีการสร้างรางรถไฟ และเหมืองแร่ดีบุกกำลังเฟื่องฟู โดยเฉพาะที่อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง นอกจากนี้ ในอำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่ามีคนชนชาติจีนจากมาเลเซียมาจับจองที่ดินยังพื้นที่ ทั้งนี้ จากการศึกษาของ Zhou (1997 อ้างถึงใน วรชมน เสริมชววิทยกุล อรรชรา ไชยอนันต์สิน และ สิริวรรณพิชา ธนจิราวัฒน์, 2567) พบว่า ชาวจีนที่อพยพมายังไทยในยุคสมัยแรกส่วนมากเป็นชาวจีนจากมณฑล กวางตุ้ง ฮกเกี้ยนและไหหลำ เพราะพื้นที่เหล่านี้เป็นพื้นที่ที่ติดทะเล สามารถใช้การเดินทางด้วยเรือเดินสมุทร สอดคล้องกับข้อมูลจากงานวิจัยครั้งนี้ ที่พบว่า อาหารจีนในจังหวัดตรังและจังหวัดนครศรีธรรมราชสะท้อนชาติพันธุ์จีนที่เข้ามา ได้แก่ กวางตุ้ง ฮกเกี้ยนและไหหลำ และได้มีการปรับเปลี่ยน ดัดแปลงหรือผสมกลมกลืน ให้เข้ากับวัตถุดิบและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ได้ และสอดคล้องกับที่ Wise & Velayutham (2009 อ้างถึงใน พนิดา จงสุขสมสกุล, 2566) ให้ข้อมูลไว้ว่า การเคลื่อนย้ายของวัฒนธรรมอาหารอาจผสมกลมกลืนและเป็นหนึ่งเดียวกัน ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นเป็นความคุ้นชินของการรับประทานอาหารที่เกิดจากการผสมผสานอย่าง

กลมกลืนในประสบการณ์ร่วมกัน และยังคงคล้องกับที่ Zhao (2021) ให้ข้อมูลว่า อาหารชนชาติจีนกลมกลืนทางวัฒนธรรมและการยอมรับเชิงการบริโภคของคนไทยในด้านวัฒนธรรมอาหาร ตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ วิธีการปรุงประกอบการใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่มีการปรับเปลี่ยนวิธีการ รสชาติ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคพร้อมทั้งถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ส่งผลให้เกิดการยอมรับของวัฒนธรรมอาหารชนชาติจีนในไทย นอกจากนี้ Wang and Yarapirom (2024) ได้วิเคราะห์จุดแข็งของอาหารชนชาติจีนจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้ พบว่า อาหารชนชาติจีนมีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอันยาวนาน มีพื้นที่หลังซึ่งมีดึงดูดใจไม่ซ้ำใคร นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น อาหารมีความหลากหลายและมีสุขภาพดี ตลอดจนสามารถปรับตัวได้ เพื่อรสนิยมที่แตกต่างโดยเฉพาะเทรนด์การกินเพื่อสุขภาพ มีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว อาหารชนชาติจีนสามารถใช้งานได้อย่างยืดหยุ่น ส่วนผสมในท้องถิ่นผสมผสานกัน และยังมีอาหารฟิวชั่นที่ตอบสนอง ตามรสนิยมของท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ จากผลการวิจัยที่พบว่า เมนูอาหารอัตลักษณ์ชนชาติจีนบางเมนูจะมีความคล้ายคลึงระหว่างพื้นที่เชื่อมโยง เช่น ซาหมู หมี่หน้าเหลี่ยม ขนมจีบสังขยา ขนมเต่าส้อ เป็นต้น แม้ว่าจะมีความเชื่อแตกต่างกันในรายละเอียดกันไปบ้าง สอดคล้องกับที่ ลีโอ โพรบีเนียส (Duangwiset, 2023 อ้างใน อ้างใน วรชมน เสริมชววิทย์กุล และ คณะ, 2567) ได้อธิบายไว้ว่า ถือเป็นภาระกระจายวัฒนธรรมแบบเปลี่ยนพื้นที่ โดยกลุ่มคนในวัฒนธรรมหนึ่งย้ายถิ่นอาศัยไปอยู่ในที่ใหม่และเมื่อได้แพร่กระจายเข้ามาทำให้เกิดการรับและการแลกเปลี่ยนของสองวัฒนธรรมระหว่างไทย-จีน (Sangkapipattanukul, 2021 อ้างใน วรชมน เสริมชววิทย์กุล และ คณะ, 2567) ดังนั้น เมนูอาหารจึงอาจมีรูปลักษณะคล้ายคลึงกันแต่ในขณะเดียวกันก็จะมีเมื่อนำเมนูไปใช้ในพิธีกรรมแตกต่างกันในรายละเอียด รวมถึงมีความเชื่อแตกต่างกันออกไปด้วย

## 2. การสร้างสรรค์เรื่องเล่าอาหารชนชาติจีนส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวเส้นทางเชื่อมโยงจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดตรัง

ผลการวิจัยพบว่า เรื่องเล่าที่ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นอย่างมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีน สะท้อนให้เห็นที่มา เมนูอัตลักษณ์ วัตถุดิบ กรรมวิธีการทำอาหารที่พิถีพิถัน การนำเสนออาหารสู่ผู้บริโภค รวมถึงประโยชน์จากการรับประทานอาหาร ทั้งที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพและใช้ในเทศกาลต่างๆ ของชาวจีน โดยข้อมูลเหล่านี้จะเป็นข้อมูลตั้งต้นนำไปขยายและสร้างสรรค์ต่อยอดในรูปแบบสื่อต่างๆ ต่อไป ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดการสร้างเรื่องเล่า (Storytelling) เป็นเทคนิคในการดึงความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวตน (Tacit knowledge) ซึ่งยากแก่การอธิบายถ่ายทอดให้กลายเป็นความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) ด้วยการเล่าเรื่องเกี่ยวกับความรู้และประสบการณ์หรือเรื่องราวความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่น่าภาคภูมิใจที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นบอกเล่าสู่คนต่างวัฒนธรรมในลักษณะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน (องค์ บรรจุน, 2567) และยังคงสอดคล้องกับที่ Czuczman (2024) เสนอแนะว่า ก่อนที่โปรโมตหรือสื่อสารแบรนด์ได้ จำเป็นต้องมีเรื่องราวของร้านเสียก่อนเพื่อให้เกิดความหลงใหลที่เป็นแก่นแท้ของร้านอาหารโดยสามารถสร้างเรื่องเล่าได้หลายวิธี หนึ่งในนั้นคือการสร้างเรื่องเล่าประเภทเรื่องเล่าจากต้นกำเนิดที่ต้องมาจากมุมมองของเจ้าของหรือผู้ประกอบการ โดยภายใต้การวิจัยครั้งนี้ใช้การเล่าเรื่องจากผู้ประกอบการร้านอาหารเอง นอกจากนี้ ยังเล่าให้เห็นส่วนผสม วัตถุดิบ วิธีทำอาหารที่พิถีพิถัน รวมไปถึงการใช้ในวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ที่มีความหมาย

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่อง ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างสรรคเนื้อหาโดยการเล่าเรื่องมุ่งเน้นอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละร้าน ภูมิปัญญาและคุณค่าจากอาหารชนชาติจีน โดยมีจุดสำคัญที่นำมาสร้างเรื่องเล่า คือ อัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน ที่จะไปเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาของผู้ประกอบการอาหารชนชาติจีน สร้างความต่างจากอัตลักษณ์ภูมิปัญญา ซึ่งอัตลักษณ์ คือ ลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเป็นที่รู้จัก จดจำได้ ส่วน “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” หมายถึง องค์ความรู้ ความเชื่อ ของคนในท้องถิ่น ที่ได้จากสังสมประสบการณ์ จากการทำงาน การประกอบอาชีพ และการเรียนรู้จากธรรมชาติแวดล้อมต่างๆ ที่มีการสืบทอดส่งต่อกันมาจากบรรพบุรุษ (สุวิทย์ วงศ์จุริจาวณิชย์, 2564) การนำอัตลักษณ์และภูมิปัญญามาถ่ายทอด “เรื่องราว” และที่มาว่าผลงานชิ้นนั้น เติบโตขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นใด ภายใต้วิถีชีวิตชุมชนแบบไหน มีกระบวนการพัฒนา

อย่างไร ฯลฯ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ได้ถึง “คุณค่า” ในทุกมิติของผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้น และสร้างความผูกพันผ่านประสบการณ์ที่ดีจากการรับประทานอาหารเช้าคนชาติจีน ให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจได้กลับมารับประทานอยู่เรื่อยๆ (สุวิทย์ วงศ์จุฬาราวาณิชย์, 2564)

ในประเด็นการนำอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาและถ่ายทอดคุณค่าอาหารชนชาติจีนมาเล่าเรื่อง เป็นไปตาม ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ (2565) ศึกษาแนวทางการจัดการคุณค่ามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความยั่งยืนในพื้นที่ชุมชนผู้แม่ น้ำสุพรรณบุรีเสนอแนวทางการจัดการคุณค่ามรดก ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยเริ่มจากการจัดการเรื่องราวเชิงสร้างสรรค์ (Story creation management) เป็นคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ เรียบเรียงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ในท้องถิ่น เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสร้างความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ยังมีกลยุทธ์การเล่าเรื่องด้วยอัตลักษณ์ความเป็นจีน และกลยุทธ์การเล่าเรื่องเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ยังเป็นไปตามเทคนิคสร้างเรื่องราวของแบรนด์ (brand story) คือ การแสดงให้เห็น โดยทำให้ผู้บริโภครู้สึกหรือสัมผัส ได้โดยการใช้อรรถคำ ข้อความ และรูปภาพที่กระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกให้คล้อยตามได้ ในการสื่อสารดังกล่าว ทั้งข้อความ ภาพ และเสียง (ปองปรารณ สุนทรภัสส, กิติวัฒน์ กิติบุตร และ กนกพร เอกกะสินสกุล, 2561)

ในการเล่าเรื่องในแต่ละประเด็น ยังใช้แนวทางของ จริยา สุพรรณ (2565) นั่นคือ ผู้เล่าเรื่องนำเสนอเรื่องเล่าโดยการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ฟังเพื่อให้ผู้ฟังตื่นตัวตลอดเวลาด้วยวิธีการต่างๆ ผู้เล่าเรื่องนำเสนอเรื่องเล่าต่างๆ ของท้องถิ่นที่สั้น กระชับ น่าสนใจและไม่ใช้เวลานานมากเกินไปเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ชอบรับฟังเรื่องเล่าที่ใช้เวลานาน และผู้เล่าเรื่องนำเสนอเรื่องเล่าท้องถิ่นต่อนักท่องเที่ยวด้วยความภาคภูมิใจออกมาจากหัวใจ และผู้เล่าเรื่องควรต้องทราบว่ากลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสารนั้นเป็นใคร ดังนั้น ในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคภายใต้การวิจัย ได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถสื่อสารระหว่างบุคคล หรือสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวในประเด็นเล่าเรื่องเพื่อสื่อความหมายของอาหาร และการสื่อสารผ่านทางช่องทางสื่อสังคมออนไลน์สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งโซเชียลมีเดียมีบทบาทในการขับเคลื่อนความสนใจและความกระตือรือร้นในอาหารประสบการณ์ แคริโพสตรูปภาพอาหารและเครื่องดื่มบนโซเชียลมีเดีย และส่งข้อความถึงประสบการณ์การรับประทานอาหารเช้าที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่นักเดินทางที่ต้องการลองสิ่งใหม่ๆ โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook Twitter Instagram และ YouTube เป็นเครื่องมือที่พวกเขาใช้เพื่อแบ่งปันประสบการณ์ด้านอาหาร (Satchapappichit, 2020) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีการเล่าเรื่องสื่อสารอาหารชนชาติจีนในมิติต่างๆ ทั้งการเล่าเรื่องจากบุคคลและผ่านโลกออนไลน์ การพัฒนาปรับปรุงเมนูอาหารให้มีความร่วมสมัยก็ไม่ได้มีความสำคัญเช่นเดียวกัน ดังงานวิจัยของ อธิธิพนพร (2557) ที่ศึกษาการฟื้นฟูอาหารพื้นบ้านจีนแคะ (ฮากกา) ห้วยกระบอก และให้ความเห็นว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์อาหารสมัยใหม่ อาหารที่มีรสชาติดีและรูปลักษณ์ ดึงดูดลูกค้า ทำให้คนหันไปรับประทานอาหารเช้าที่มีความแปลกใหม่ ทำให้อาหารพื้นบ้านดั้งเดิมหมดความสำคัญ ไม่เป็นที่สนใจของเจ้าของวัฒนธรรมเอง ดังนั้น การฟื้นฟูอาหารพื้นบ้านให้เป็นที่สนใจอาจจะต้องปรับปรุงเมนูอาหาร หรือปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ให้แปลกใหม่อยู่เสมอ จึงจะสามารถแข่งขันกับตลาดการค้าขายอาหารได้

## สรุปผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบทที่มาและอัตลักษณ์อาหารเช้าคนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยง จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตรัง

ชาวจีนจำนวนมากมักเข้ามาเมืองไทยเพื่อการแสวงโชค โดยทำการอพยพมาจากประเทศจีนแผ่นดินใหญ่ และเดินทางมาทางเรือ มาตั้งแต่สมัยสุโขทัย สำหรับในจังหวัดตรัง มีชาวจีนมาตั้งถิ่นฐานในสมัยรัชกาลที่ 3 ตามหลักฐานที่ปรากฏ และ โดยเฉพาะในสมัยรัชกาลที่ 5 ชาวจีนมาใช้แรงงานทำรางรถไฟสายใต้ และตั้งรกรากอยู่ตามพื้นที่ที่รถไฟแล่นผ่าน รวมถึงจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะที่อำเภอนาบอนที่มีการกำหนดนโยบายเฉพาะปลูกยางพาราใหม่ของประเทศไทย โดยเดินทางมา

จากมาเลเซีย มาทางเรือ เข้ามาทางอำเภอกันตัง จังหวัดตรัง จากนั้นเดินทางต่อโดยใช้ทางเส้นทางรถไฟ โดยผ่านอำเภอกันตัง อำเภอเมือง อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เข้ามาทางอำเภอทุ่งสงและอำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช

ในประเด็นอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีน สะท้อนจากเมนูต่างๆ ที่เหมือนและต่างในเชิงพื้นที่เชื่อมโยงจังหวัดตรังและจังหวัดนครศรีธรรมราช นอกจากนี้ อาหารชนชาติจีนในแต่ละชาติพันธุ์สามารถสะท้อนชาติพันธุ์ ความเชื่อ ภูมิศาสตร์ที่มา ประเพณี อาชีพ เพื่อแยกแยะชาติพันธุ์แต่ละชาติพันธุ์ได้ และจากการลงพื้นที่ของทั้ง 4 พื้นที่ พบว่า อาหารในพื้นที่จังหวัดเดียวกัน จะมีความคล้ายคลึงกัน แต่จะมีความแตกต่างกันในรายละเอียด เช่น วัตถุดิบ การเรียกชื่อ เป็นต้น โดยอาจมีความแตกต่างด้านความนิยมและความเชื่อกับอีกจังหวัด เช่น หมูย่าง นิยมในจังหวัดตรัง และชาหมูต้มหรือตุ๋น นิยมในจังหวัดนครศรีธรรมราช หรือการรับประทานเส้นหมี่หน้าเหลียวในวันเผาศพ ในจังหวัดตรัง และการไม่นิยมรับประทานเมนูที่เป็นเส้นในวันเผาศพของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น

## 2. เพื่อสร้างสรรค์เรื่องเล่า อัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเส้นทางเชื่อมโยง จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดตรัง

การเล่าเรื่องอาหารชนชาติจีนภายใต้การวิจัย คณะผู้วิจัยใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่อง ได้แก่ 1) กลยุทธ์การสร้างสรรค์เนื้อหาโดยการเล่าเรื่องมุ่งเน้นอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละร้าน ภูมิปัญญาและคุณค่าจากอาหารชนชาติจีน 2) กลยุทธ์การเล่าเรื่องด้วยอัตลักษณ์ความเป็นจีน ในการเล่าเรื่อง ทั้งเล่าเรื่องผ่านบรรจุภัณฑ์และสื่อต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายใต้โครงการวิจัย จะออกแบบโดยเน้นการสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นจีน ได้แก่ โทนสีแดง สีทอง และสีขาว กราฟิกที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ของอาหารชนชาติจีน เช่น เส้นบะหมี่ ขนมหุ้นหรือพัฟ เป็นต้น และ 3) กลยุทธ์การเล่าเรื่องเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์เชิงพื้นที่และการท่องเที่ยว การเล่าเรื่องอาหารเอกลักษณ์ชนชาติจีน จะเล่าเรื่องเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยในแต่ละพื้นที่จะมีเทศกาล งานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับชนชาติจีน เช่น ประเพณีตรุษจีน ประเพณีกินเจ เป็นต้น นอกจากนี้ จะมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอาหารการกินที่จัดขึ้นในพื้นที่ต่างๆ

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการควรนำเรื่องเล่าที่ได้สร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมไปพัฒนาเนื้อหาหรือคอนเทนต์ต่อยอดเพื่อเผยแพร่ผ่านทางสื่อสมัยใหม่ สร้างการรับรู้ให้แก่ผู้บริโภคอยู่เสมอ

2. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการส่งเสริมอาหารชนชาติจีนที่เป็นอัตลักษณ์ของทั้งสองจังหวัดร่วมกัน เพื่อให้เห็นการเชื่อมโยงกันของชนชาติจีนทั้งสองจังหวัด นำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการดำเนินการวิจัยที่ครอบคลุมผู้ประกอบการร้านอาหารชนชาติจีน การจำแนกประเภทหรือการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของทางร้านที่ชัดเจน เพื่อการสื่อสารแบรนด์หรือสื่อสารการตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมายของแต่ละประเภทร้านมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการวิจัยเรื่องการจัดการอัตลักษณ์อาหารจีนเพื่อสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งนี้ เพื่อหาแนวทางบริหารจัดการการอนุรักษ์และสืบสานอัตลักษณ์อาหารชนชาติจีนเพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ ได้รับทุนอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ 2567

## เอกสารอ้างอิง

จิริยา สุพรรณ. (2565). แนวทางการใช้เรื่องเล่าท้องถิ่นสื่อความหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดลพบุรี. *วารสารอารยธรรมศึกษา ไชย-สาละวิน*, 13(2), 251-279.

- ชัยณรงค์ ศรีรักษ์. (2565). แนวทางการจัดการคุณค่ามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความยั่งยืน พื้นที่ชุมชนลุ่มแม่น้ำสุพรรณบุรี ประเทศไทย. *กระแสวัฒนธรรม*, 23(44), 3-17.
- ปองปรารณณ์ สุนทรภักซ์, กิติวัฒน์ กิตินูตร และ กนกพร เอกกะสินสกุล. (2561). รายงานการวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์อาหารพื้นบ้านภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน: บ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน บ้านจำปุย อำเภอแม่เกาะ และบ้านโป่งน้ำร้อน อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง (รายงานวิจัย). ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- ปิยชาติ สิ่งดี และ สิริธร ถาวรวงศา. (2561). "ฮักจิวนาบอน": ประวัติศาสตร์ชุมชนชาวจีนฮกเกี้ยนอำเภอนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 24(3), 101-136.
- พินดา จงสุขสมสกุล. (2566). การเล่าเรื่องอาหารพื้นถิ่นอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการขับเคลื่อนเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดพิษณุโลก. *มนุษยศาสตร์สาร*, 24(1), 63-83.
- จรินทร์ สิมธราแก้ว. (2550). *ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารจีนในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครของผู้บริโภค* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- วรรณมน เสริมฐิติพิบูล, อรรฉา ไชยอนันต์สิน และ สิริวรรณพิชา ธนจิราวัฒน์. (2567). การปรับตัวทางวัฒนธรรมการบริโภคอาหารจีนของคนไทยเชื้อสายจีนย่านเยาวราช. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 8(1), 263-277.
- ศิริเพ็ญ อึ้งสิทธิพูนพร. (2557). การฟื้นฟูอาหารพื้นบ้านจีนแคะ (ฮากกา) ห้วยกระบอก: สิ่งท้าทายในภาวการณ์ที่สวนกระแส. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, 34(3), 43-64.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580. สืบค้นจาก [https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T\\_0001.PDF](https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/A/082/T_0001.PDF)
- สุวิทย์ วงศ์จุฬาราวณิช. (2564). *ท้องถิ่นอินเดอร*. กรุงเทพฯ: ธนาคารกรุงเทพ.
- องค์ บรรจุน. (2567). การสร้างเรื่องเล่าเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนมอญทองผาภูมิ. *วารสารไทยคดีศึกษา*, 21(1), 247-291.
- อรรถ กระแสอินทร์, นภาวดี โรจนธรรม และ พรปวีร์ ดิษฐคำเรือง. (2565). การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์เมืองเก่าจังหวัดภูเก็ต. *วารสารปริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 34(3), 37-53.
- Czuczman, R. (2024). The Impact of Storytelling on Your Food Brand. Retrieved from <https://www.nutritics.com/en/blog/the-impact-of-storytelling-on-your-food-brand/>
- Satchapappichit, S. (2020). Factors influencing Chinese visitors' dining experiences with Thai cuisine in Bangkok. *ABAC Journal*, 40(4), 58-77.
- Wang, Z. and Yarapirom, P.S. (2024). Chinese restaurant: The adaptation of food style in Phuket. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 9(11), 993-1006.
- Zhao, Y. (2021). *Chinese Food Culture in Thai Society: A Case Study of Mueang District in Chon Buri Province*. (Unpublished master's thesis). Burapha University, Chonburi, Thailand.

## ผู้ให้สัมภาษณ์

- ผู้ให้ข้อมูล 1. (2567, 22 พฤษภาคม). อดีตหัวหน้าหอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติฯ ตรัง. [สัมภาษณ์].
- ผู้ให้ข้อมูล 2. (2567, 19 เมษายน). รองประธานหอการค้าจังหวัดตรัง. [สัมภาษณ์].

## 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 ผู้เขียนต้องทำการอ้างอิงให้ถูกต้องทุกครั้งเมื่อนำผลงานของผู้เขียนมานำเสนอหรืออ้างอิงประกอบในเนื้อหาของบทความของตนเอง และต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้เขียน

2.3 หากผลงานทางวิชาการของผู้เขียนเกี่ยวข้องกับการใช้สัตว์ ผู้เข้าร่วม หรืออาสาสมัคร หรือผลการวิจัยมีประเด็นที่เปราะบางต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้เขียนควรดำเนินการตามหลักจริยธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

รวมถึงต้องได้รับความยินยอมก่อนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือแสดงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือรับรองจาก คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือในสัตว์ทดลองประกอบด้วยทุกครั้ง

2.4 ผู้นิพนธ์ต้องยินยอมให้สิทธิ์แก่วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในการเผยแพร่ผลงาน และไม่นำ ผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่นๆ หลังจากที่ได้รับการตอบรับการตีพิมพ์กับวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย แล้ว

2.5 ชื่อผู้นิพนธ์ที่ปรากฏในบทความต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในบทความนั้นๆ จริง

### 3. บทบาทหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

3.1 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ การพิจารณาคูณภาพของบทความต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความ เป็นหลัก และพิจารณาบนหลักการและเหตุผลทางวิชาการโดยปราศจากอคติหรือความขัดแย้งส่วนตัว

3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องตระหนักว่าตนเองเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของบทความที่รับประเมิน อย่างแท้จริง

3.3 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่แสวงหาประโยชน์จากบทความที่ตนเองได้ทำการประเมิน

3.4 หากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพบว่าบทความที่รับประเมิน เป็นบทความที่คัดลอกผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้ง ให้บรรณาธิการทราบทันที พร้อมแสดงหลักฐานประกอบที่ชัดเจน

3.5 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่วารสารกำหนด รวมถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของ บทความให้ผู้อื่นได้รับรู้

## 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 ผู้ประสงค์ส่งผลงานบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ลงในวารสารวิจัยและพัฒนา 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) ความเป็นมาหรือภูมิหลังหรือความสำคัญของเรื่องที่น่าสนใจ

2) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอบทความที่ต้องการให้ผู้อ่านทราบเรื่องอะไรบางอย่าง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับเรื่องหรือเนื้อหาของบทความ

3) ขอบเขตของเรื่องที่น่าสนใจ ระบุกรอบในการอ่านโดยการเขียนขอบเขตเพื่อบอกให้ผู้อ่านทราบและเข้าใจตรงกัน

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

- ชื่อเรื่อง** ขนาดตัวอักษร 17 ตัวหนา จัดไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
- ชื่อผู้เขียน** ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ ว่างขอบด้านขวาหน้ากระดาษ
- คำสำคัญ (Keywords)** หัวข้อหลักในหัวข้อบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา เนื้อหาของคำสำคัญ ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ปกติจัดชิดขอบกระดาษด้านขวา
- ชื่อหัวข้อหลักและรอง** หัวข้อหลักในหัวข้อบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์และหัวข้อย่อยให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์
- รูปแบบและตาราง** ชื่อตารางให้จัดวางบนตารางโดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา จัดให้ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์ ส่วนคำบรรยายรูปภาพจัดไว้ให้อยู่ใต้รูปภาพ
- 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 และ อุษา 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)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัย แห่งชาติ (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 ซึ่งผู้เขียนไม่ได้เขียนในข้อความที่อ้าง ใส่ชื่อผู้แต่งและปีพิมพ์ คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ไว้ในวงเล็บ วางไว้ท้ายข้อความที่อ้าง เช่น

ชื่อผู้แต่ง	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งแรก)	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งต่อๆ ไป ในบทความ)	ภาษาอังกฤษ	ภาษาอังกฤษ (อ้างอิงครั้งต่อๆ ไปใน บทความ)
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 และ อุษา 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 (มีชื่อย่อ ที่เป็นทางการ)	(สำนักงานคณะกรรมการวิจัย แห่งชาติ [วช.], 2555)	(วช., 2555)	(National University of Singapore [NUS], 2015)	(NUS, 2015)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (ไม่มีชื่อย่อ ที่เป็นทางการ)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(Loei Rajabhat University, 2003)	(Loei Rajabhat University, 2003)

## 2. การอ้างอิงเอกสารทุติยภูมิ (อ้างถึงใน)

ในกรณีที่เป็นการอ้างถึงงานที่ถูกอ้างอิงอยู่ในงานเขียนอื่น และประสงค์จะอ้างอิงงานนั้นด้วย ให้ใส่ข้อความเพิ่มว่าอ้างถึงใน 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 6<sup>th</sup> 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 มีบรรณาธิการ

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

#### 3.1.3 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

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

## ตัวอย่าง

ศักดิ์ดา ดาดวง. (2551). เทคโนโลยีมีผลกระทบต่อชีวิต (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

มัณฑุสา วัฒนพร (บรรณาธิการ). (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* (2<sup>nd</sup> 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 แจ้งบำรุง. (2546). ปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำวัน. ใน สุปราณี แจ้งบำรุง 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 สมาร์. (2555). *มิเชล ฟูโกต์* [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). องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการสร้างกระแสความนิยมเพลงเกาหลีในประเทศไทย. *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 และดุขฎีนิพนธ์

#### 3.5.1 ฉบับพิมพ์

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

#### 3.5.2 จากฐานข้อมูลที่สถาบันบอกรับ คลังข้อมูลสถาบัน ฐานข้อมูลพาณิชย์ และเว็บไซต์ส่วนบุคคล

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

### ตัวอย่าง

- เข้มทอง ศิริแสงเลิศ. (2540). *การวิเคราะห์ระบบประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขฎีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กฤษดี ปิยะวัฒน์นนท์. (2546). *โครงสร้างเงินทุนของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ). สืบค้นจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- จรัล ชุณฐิตวิวัฒน์. (2548). *กลวิธีการถ่ายทอดทางสังคมขององค์การที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันในองค์การสำหรับพนักงานสถาบันการเงินพิเศษของรัฐ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขฎีบัณฑิต, 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 เวชวิทยาชล้ง. (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](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 บทความที่ออนไลน์ของบทความที่นำเสนอในที่ประชุม

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

#### 3.7.3 บทความ/โปสเตอร์นำเสนอในงานประชุมที่ไม่มีการตีพิมพ์เผยแพร่เป็นทางการ

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

#### ตัวอย่าง

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

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

กุลศิริ เตียนศรี, และอชฌมา พงศ์พิทักษ์ดำรง. (2557, พฤศจิกายน). How to approach to abnormal pain in children. บทความนำเสนอ ณ การประชุมวิชาการประจำปี 2557: สุขภาพดีสมวัย อนามัยแม่และเด็กในยุค 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](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). คุยกับทูตโปแลนด์ ผู้ที่เคย Backpack มาเที่ยวไทย เพราะหลงใหลวิถีชีวิต-ผู้คน และการฝึกความอดทนกับสภาพจราจร. *มติชนสุดสัปดาห์*. สืบค้นจาก [https://www.matichonweekly.com/column/article\\_156170](https://www.matichonweekly.com/column/article_156170)

รื้อฟื้น! อดีตลักษณะชุมชน 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 นาควัชระ, และปภัศสร 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 ถนนชัยมงคล 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](mailto:research_lru@hotmail.com)